

На правах рукописи

Васильева Людмила Алексеевна

**МИФОТВОРЧЕСТВО И МИФОЛОГИЗАЦИЯ В ПЕЧАТНЫХ СМИ:
РЕТРОСПЕКТИВА И СОВРЕМЕННОСТЬ**

**Диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук
Специальность 10.01.10. Журналистика. Филологические науки**

**Научный консультант: д-р полит. наук, профессор
С.Г. Корконосенко**

2017

Санкт-Петербург

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	2-30
1 МИФОТВОРЧЕСТВО: ОСВОЕНИЕ, ИСТОЛКОВАНИЕ РЕАЛЬНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПЕЧАТНОЙ ПРЕССЫ.....	31
1.1 Миф: форма, содержание, статус в социальной практике.....	31-66
1.2.Трансляционные возможности массовых коммуникаций – каналов внедрения мифов.....	66-92
1.3. Мифологема «партийное руководство» – основа теории советской прессы.....	93-123
2 ПОЛИТИЧЕСКИЙ МИФ – ДОМИНАНТА ПЕЧАТНЫХ СМИ СОВЕТСКОГО ОБЩЕСТВА(1917–1941 гг.).....	123
2.1 Мифотворческий и информационный потенциал печатной прессы: анализ советских практик	123-160
2.2 Печатная пресса: интеграция мифотворчества в контекст экстремальной ситуации.....	161-190
2.3 Транслирование мифов вождизма: вербальная модель и реальность.....	190-222
3.ДИНАМИКА МИФОТВОРЧЕСТВА В ПОЛИТИКО-ИДЕОЛОГИЧЕСКОМ КОНТЕКСТЕ	223
3.1 Новая советская мифология в послевоенной прессе (1950–1980-е годы).....	223-255
3.2 Трансформация политического мифа периода «перестройки» (1986–1991 гг.).....	255-283
4. МЕДИА КАК ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АКТОР ФОРМИРОВАНИЯ МИФИЧЕСКОГО (1990-е годы).....	284
4.1 Мифологемы в печатной прессе: от идеологической реконструкции до мифологической десакрализации.....	284-311
4.2 Современные медиа: новейшие мифологические интерпретации.....	311-340
4.3 Мифоребрендинг в медийном пространство современной России .	340-367
Заключение.....	368-380
Список использованных источников	381-423
Приложение 1.....	423-425

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. Процессы глобализации, мировой экономической кризис, волны революций и войн – эти и другие направления общественного развития влияют на духовное состояние общества. Немаловажную роль в этих процессах играют массовые коммуникации. Их становление и развитие стало закономерным результатом эволюции политической мысли, находящейся под влиянием базовых мировоззренческих установок. Они создают единое информационное пространство, участвуют в процессах социализации, служат основным каналом получения информации. От направленности и характера их материалов зависит, какие взгляды, стереотипы, мнения и мировоззренческие установки будут складываться у населения.

Основной социальной ролью формирующихся массовых коммуникаций является не простое информирование, а посредством использования безграничных трансляционных возможностей внедрение в массовое сознание определенных ценностей. Будучи одним из самых влиятельных институтов, формирующих общественное сознание, коммуникационные каналы апеллируют к чувственным, иррациональным, эмоционально-волевым элементам. На смену идеологически обоснованной коммуникативной среде, создававшей целостный дискурс, являющийся коммуникативно-языковым воплощением единой концептуальной советской картины мира, пришла другая ее многовариантность. Процесс формирования и развития средств массовой информации советского периода детерминировали, предопределяли процесс формирования и развития современных печатных СМИ, призванных обеспечивать совмещение когнитивных, познавательных горизонтов индивида, членов группы, социума в целом, представляли собой реальное следствие продолжающейся модернизации всей политической системы. Печатную прессу отличает наличие профессиональных стандартов, развитая методика подготовки

публикаций, отбора и проверки информации, тщательное выстраивание редакционной политики. Эти качества традиционной прессы вызывают доверие к брендам. Кроме того, печать представлена сложными для восприятия каналами информации, так как чтение требует значительных интеллектуальных усилий, что предполагает определенный уровень образованности аудитории. В отличие от передач радио или телевидения, просмотр печатной продукции не имеет временных ограничений и, следовательно, она способна оказывать продолжительное воздействие на сознание. Пресса использует широкий арсенал методов влияния на общественное мнение: средства эмоционального воздействия (сенсационность, срочность, метод запугивания); изменение коммуникативно-содержательной стороны информации (искажение информации, манипуляция временем и местом ее подачи, мифологизация, отсутствие альтернативных источников информации); лингвистические приемы (фрагментация, дробление, упрощение, повторение, метафоризация и др.).

Актуализирует важность изучения данной проблемы то обстоятельство, что мифическая природа информационных действий меняет рациональную организацию политического процесса на иррациональную. В исследовании массовых коммуникаций данная ситуация создает определенные трудности, так как размываются контуры предмета политологического анализа, он становится «неуловимым». Потребностям политической науки отвечает концепция социально-политического мифотворчества, которая бы учитывала интегрирование политических мифов посредством средств массовой информации в контекст национального историко-политического процесса. Мифотворчество и мифологизация, будучи исторически первичной формой легитимации авторитета и публичной власти, стали частью многообразного политико-символического пространства, выступают как целенаправленный процесс фабрикации и внедрения в общественное сознание социально-политических мифов,

иллюзорных моделей действительности. С учетом этой тенденции необходимо преодолевать фрагментарность анализа, то есть разделение на отдельные исторические периоды, которое является препятствием на пути выявления системных мифотворческих характеристик СМИ.

Исследовательское направление диссертационной работы связано с введением в научный оборот комплексных оценок содержательной специфики политического мифотворчества, транслируемого медийными каналами. Данная работа призвана обозначить приоритетные направления политико-культурных обоснований мифотворческих и мифологических характеристик как феномена, оказывающего воздействие на функционирование печатной прессы применительно к советской политической практике, к демократическим реалиям российского общества, обобщения опыта их формирования и воспроизводства в контексте современных достижений научной мысли. Хронологическая широта исследования позволяет достаточно полно воссоздать картину состояния печатной прессы в единстве методологических и практических подходов, проанализировать проблемы политического воздействия мифотворчества на аудиторию, фиксировать значительные «подвижки» в политическом сознании в результате влияния мифотворчества на практики прессы.

Степень научной разработанности темы. Специальных работ, посвященных исследованию политического мифотворчества, транслируемого каналами СМИ, в настоящее время мало. Имеется значительное число научных работ, в которых освещаются отдельные аспекты данной темы. Анализ проблем в работе ведется в направлении трех взаимосвязанных уровней: теоретико-методологическом, теоретическом и эмпирическом.

Современность породила потребность в исследованиях политических процессов, связанных с секуляризацией и массивизацией социальных явлений (Г. Лебон, Х. Ортега-и-Гассет и др.), с их воздействием на сознание по каналам средств массовой информации (Г. Тард, Г. М. Маклюэн), с реализацией медиа-коммуникативной функции символической политики и

символической репрезентации власти (Н. Луман), с процессами доминирования мифов (А. А. Авторханов, М. Джилас, А. А. Зиновьев, Д. Е. Мельников); с новым привлечением мифологических мотивов (С. Московичи), с выделением основополагающих стилей мышления (К. Мангейм), исследованием феномена пропаганды (Г. Лассуэлл)¹. Особо автор выделяет группу научных исследований по проблемам политической культуры, качественной характеристики всей политической системы. Большое значение имеют труды Г. Алмонда, использовавшего термин «политическая культура» как особый тип ориентации на политическое действие, отражающий специфику каждой политической системы². Политологический анализ современных процессов содержится в трудах И. М. Ильинского, Б. Г. Капустина, И. М. Клямкина, Ю. К. Краснова, Г. В. Осипова, В. Б. Пастухова, Л. В. Сморгунова и др.³

Мифотворчество как предметная часть исследования политических коммуникаций, в многообразии своих измерений, привлекает все большее

¹ Авторханов А. А. Империя Кремля. Минск: Политфакт, 1991. 112 с.; Джилас М. Лицо тоталитаризма. М.: Новости, 1992. 544 с.; Зиновьев А. А. Коммунизм как реальность: кризис коммунизма. М.: Центрополиграф, 1994. 494 с.; Лассуэлл Г. Коммуникативный процесс и его структуры. Современные проблемы социальной коммуникации. СПб., 1996. 122 с.; Лебон Г. Психология народов и масс. СПб.: Макет, 1995. 313 с.; Луман Н. Власть. М.: Пракси, 2000. 320 с.; Маклюэн Н. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. М.: Академический проспект, 2005. 496 с.; Мангейм Дж. Б. Политология. Методы исследования. М.: Весь мир, 1999. 544 с.; Мельников Д. Е., Черная Л. Б. Преступник № 1: Нацистский режим и его фюрер. М.: Новости, 1982. 432 с.; 313с.; Московичи С. Машина, творящая богов. М., 1998. 560 с.; Ортега-и-Гассет Х. Избранные труды. М.: Весь мир, 1997. 704 с.; Тард Г. Мнение и толпа. Психология толп. М.: изд-во КСП, 1999. 416 с.

² Алмонд Г. Сравнительная политология сегодня: мировой обзор. М.: Аспект-пресс, 2001. 537 с.

³ Ильинский И. М. Прошлое в Настоящем: Избранное. М: Изд-во Моск. ун-та, 2011. 840 с.; Капустин Б. Г. Современность как предмет политической теории. М.: Российская политическая энциклопедия, 1998. 312 с.; Клямкин И. М. Трудный спуск с зияющих высот. М.: Биб-ка «Огонек». Правда. 48 с.; Краснов Ю. К. Модернизация российской государственности: уроки незавершенных перемен // Право и управление. XXI век. 2008. № 1; Осипов Г. В. Социология. Основы общей теории М.: Норма, 2003. 912 с.; Пастухов В. Б. Будущее России вырастает из прошлого // Полис. 1992. № 6; Сморгунов Л. В. Гуманитарные технологии и политический процесс в России. СПб.: Изд. С.-Петербур. ун-та, 2001. 224 с. и др.

внимание зарубежных и отечественных представителей политической науки. По их мнению, специфика политического мифа как особой формы ментальности лежит в основе традиционного мировоззрения, которое конструирует мифическую реальность, кодифицирует социальное и ритуальное устройство общества, усиливает его значение для политической коммуникации, осуществляемой информационными каналами. Понятие «миф» крайне неоднозначно трактуется в научной литературе: от примитивного миф как неправда, нередко внедряемая сознательно, с умыслом (антрополого-этнографический подход, Э. Б. Тэйлор) до фундаментально-эпистемологического (миф – то, что принимается на веру, К. Хюбнер)⁴. Эти разработки стали основой исследований в области изучения мифов, религиозных символов и ритуалов.

Соотношения мифического и социального были рассмотрены в трудах структуралистов и функционалистов, исследующих мифологию как функционально интегрированную часть культуры, кодифицирующую социальное и ритуальное устройство общества. В рамках структурно-функциональной теории мифа как «переживаемой реальности» иррациональные аспекты мифотворчества были исследованы Б. Малиновским. Его концепция «теории потребностей» неоднократно подвергалась критике, но до сих пор имеет значительное число последователей, отмечающих ее значимость, видящих в ней методологию проведения антропологических исследований. К. Леви-Стросс, развивая структуралистское понимание мифа, подчеркивал его связь с прошлыми событиями, образующими постоянную структуру для преемственности прошлого, настоящего и будущего в культурной эволюции⁵. В качестве архетипа (первообраза), наследия врожденных психологических структур,

⁴ Тэйлор Э. Б. Миф и обряд в первобытной культуре. Смоленск: Русич, 2000. 624 с.; Хюбнер К. Истина мифа. М.: Республика, 1996. 448 с.

⁵ Малиновский Б. К. Магия. Наука. Религия. М.: REFL book, 1998. С. 122; Леви-Стросс К. Путь масок. М.: Республика, 2000. 400 с.; Мифологии: в 4-х т. Т. 1. М.: Унив. Книга, 2000. 400 с.; Структура мифов // Вопр. философии. 1970. № 7. С. 152-164; Первобытное мышление. М.: Республика, 1994. 382 с.

организуемых восприятие мира и представления людей об окружающей действительности, миф изучен в трудах З. Фрейда и К. Юнга. Методами аналитической психологии была выведена зависимость поведения людей от мифологических образов на уровне подсознания⁶.

Большинством исследователей феноменальные свойства мифа воспринимаются как очевидность, как следствие неотделимости политики и религии в данных культурах. Особо автор выделяет группу работ Р. Барта, Э. Кассирера, С. Кьеркегора, Дж. Д. Кэмпбелла, К. Флада, А. Шопенгауэра, М. Элиаде, О. М. Фрейденберга и др.⁷ Вместе с тем эти работы ограничены изучением традиционных обществ, в которых влияние мифов рассматривалось в контексте специфики правомерности, законности политического порядка.

Имеется целый комплекс работ отечественных авторов, рассматривающих феномен мифа с позиций историко-культурных (А. Н. Веселовский, Ф. В. Кессиди, А. Лифшиц, А. А. Потебня и др.), социально-философских (Э. Я. Баталов, А. В. Гулыга, А. Я. Гуревич, И. М. Дьяконов, А. Ф. Косарев, А. Ф. Лосев, М. И. Стеблин-Каменский); художественно-эстетических, выявляющих особенности, мифосимволический характер нарративных структур, репрезентированных в художественных текстах (А. В. Млечко, А. В. Ульяновский, Н. А. Хренов, М. А. Эпштейн, Е. Г. Яковлев); с позиций семиотического толкования мифов

⁶ Фрейд З. Психология бессознательного. М.: Просвещение, 1989. 448 с.; Юнг К. Г. Аналитическая психология: Прошлое и настоящее. М.: Мартис, 1993. 309 с.; Человек и его символы. СПб.: Унив. книга, 1997. 368 с.

⁷ Барт Р. Мифологии. М.: Изд-во Сабашниковых, 1996. 315 с.; Кассирер Э. Избранное. Опыт о человеке. М.: Гардарики, 1998. 470 с.; Кьеркегор С. Страх и трепет. М.: Республика, 1993. 382 с.; Кэмпбэлл Дж. Д. Созидательная мифология. Т. 1-2. М.: Золотой век, 1997-1998. 332 с.; Мифический образ. М.: АСТ, 2004; Фрейденберг О. М. Миф и литература древности. М., 1998. 800 с.; Флад К. Политический миф. Теоретическое исследование. М.: Издательский дом «Восточная литература РАН», 2004. 263; Шопенгауэр А. Избранные произведения. Ростов н/Д: Феникс, 1992. 540 с.; Элиаде М. Аспекты мифа. 2-е изд., испр. и доп. М.: Акад проект, 2001. 242 с.; Космос и история. М.: Прогресс, 1987. 414 с.

(Е. М. Мелетинский, В. Я. Пропп, В. Н. Топоров и др.)⁸. Ими были определены новые направления в исторических исследованиях мифического, они ближе подошли к пониманию общности свойств и этапов мифотворчества, в том числе и политического.

Политический миф как символическое действие, лежащее в основе конструирования политической реальности, выполняет важную легитимирующую функцию. Так, Н. Г. Щербинина выделяет две основные тенденции в исследовании политической мифологии: «идеологическую», отождествляемую с политической идеологией, в которой политический миф является образным отражением действительности, и «технологическую», в которой политический миф понимается как манипулятивная технология управления сознанием, позволяющая использовать миф как практическое средство (Э. Кассирер, А. М. Цуладзе, В. С. Полосин, А. Н. Савельев (Кольев))⁹. Исследователь Н. И. Шестов ввел в научный оборот обширный

⁸ Баталов Э. Я В мире утопий. М.: Наука, 1989. 349 с.; Веселовский А.Н. Историческая поэтика. М.: Высшая школа, 1989. 648 с.; Гулыга А. В. Миф как философская проблема. М.: Наука, 1985. 344 с.; Гуревич А. Средневековый мир: культура безмолвствующего большинства. М.: Искусство, 1990. 396 с.; Дьяконов И. Архаические мифы Востока и Запада. М.: Наука, 1990. 247 с.; Кессиди Ф. В. От мифа к логосу. СПб.: Алетейя, 1972. 352 с.; Косарев А. Ф. Философия мифа: мифология и ее эвристическое значение. М.; СПб.: PER Se, 2000. 302 с.; Лифшиц М. А. Мифология древняя и современная. М.: Искусство, 1980. 582 с.; Лосев А. Диалектика мифа. М.: Мысль, 2001. 560 с.; Мелетинский Е. М. Поэтика мифа. М.: Наука, 1976. 407 с.; Млечко А. В. От текста к тексту. Символы и мифы «Современных записок» (1920-1940). Волгоград: изд-во ВолГУ, 2008. 574 с.; Потенция А. А. Слово и миф. М.: Правда, 1989. 206 с.; Пропп В.Я. Поэтика фольклора. М.: Лабиринт, 1998. 351 с.; Стеблин-Каменский М. Миф. М.: Наука, 1976. 103 с.; Топоров В. Миф. Ритуал. Символ. М.: Прогресс-Культура, 1995. 624 с.; Ульяновский А. В. Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы. СПб.: Питер, 2005. 544 с.; Социальный миф как брэнд: философская антропологическая эстетика на грани запрета. СПб.:Роза мира, 2003. 234 с.; Хренов Н. А., Соколов К. Б. Художественная жизнь императорской России. СПб.: Алетейя, 2001. 809 с.; Хренов Н. А. Культура в эпоху социального хаоса. М.: Едиториал УРСС, 2002. 446 с.; Эпштейн М. Н. Постмодерн в России: литература и теория. М.: изд-во Элинина, 2000. 367 с.; Яковлев Е. Г. Эстетика. М.: Гардарики, 1999. 463 с. и др.

⁹ Кассирер Э. Философия символических форм; М., СПб.: Университетская книга, 2002. 280 с.; Полосин В. С. Миф. Религия. Государство. М.: Ладомир, 1999. 441 с.; Савельев А. Н. (Кольев) Политическая мифология: реализация социального опыта. М.: Логос, 2003. 382 с.; Цуладзе А. М. Политическая мифология. М.: ЭКСМО, 2003. 383 с.; Шестов Н. И. Политический миф теперь и прежде. М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2004. 414 с.; Щербинина Н. Г. Героический миф в конструировании политической реальности России: автореф. дис. ... д-

исторический материал, систематизировал механизмы функционирования социального мифа в политическом процессе, определил формы и границы активности мифа, доказал, что политический дискурс средств массовой информации обладает рядом предпосылок для трансляции мифов, их воздействия на общественное мнение. Манипулятивный потенциал мифотворчества обусловлен интенциональной установкой данного типа дискурса. Цель одна – получение власти и ее удержание, влияние на общественное мнение. Информационные каналы в условиях переноса политических отношений в информационное поле меняют функции, становятся решающим фактором развития политического процесса. Подобная постановка вопроса является принципиально новой для отечественных исследований в области средств массовой информации.

Феноменальные особенности политического мифа исследуются в работах И. М. Дьяконова, В. Н. Келасьева, А. М. Лобка, Г. В. Осипова, С. К. Шайхитдиновой¹⁰. По их утверждению, представляемые и внедряемые в сознание масс средствами массовой информации, архаические формы в процессе мифологизации и мифотворчества демонстрируют высокую степень адаптивности к современным символическим практикам легитимации политического порядка. С этих позиций миф рассматривался в работах, связанных с проблемами манипулирования массовым сознанием (Л. Д. Гудков, Б. В. Дубин, А. А. Евдокимов, Г. В. Жирков, С. Г. Кара-Мурза, И. И. Кравченко, Г. Г. Почепцов, В. В. Прозоров, И. М. Чудинова и др.)¹¹.

ра полит наук. М., 2008. 47 с.; Герой и антигерой в политике России. М.: Весь мир, 2002. 116 с.

¹⁰ Баталов Э. Я. В мире утопий. М.: Наука; 1989. 349 с.; Дьяконов И. М. Архаические мифы Востока и Запада. М.: Наука; 1990, 247 с.; Келасьев В. Н., Зобова Р. А. Социальная мифология в России и проблемы адаптации. СПб.: изд-во СПб ун-та, 1997. 140 с.; Лобок А. М. Антропология мифа. Екатеринбург: Банк культ. информации, 1999. 686 с.; Осипов Г. В. Социология и социальное мифотворчество. М.: НОРМА-ИНФРА, 2002. 543 с.; Социальное мифотворчество и социальная практика. М., 2000. 616 с.; Шайхитдинова С. К. Теория и миф: к вопросу о методе // Журналистика в переходный период. М., 1997. С. 41-45;

¹¹ Гудков Л. Д. Негативная идентичность. М.: Новое лит. Обозрение ВЦИОМА, 2009. 816 с.; Дубин Б. В. Россия нулевых: политическая культура, историческая память,

Современное состояние исследования политических мифов, их взаимодействие с различными сферами жизнедеятельности общества характеризуется междисциплинарными подходами, которые позволяют данное явление исследовать наиболее полно, полученные данные использовать в определении не только социально-политических проблем древних сообществ, но и привлекать к объяснению особенностей современной политики.

Для комплексной оценки мифической реальности, кодифицирующей социальное и ритуальное устройства общества, существенного свойства функционирования печатной прессы, важно систематизировать и обобщить фундаментальные исследования в области массовых коммуникаций.

В 60–70-е годы это понятие по отношению к средствам массовой информации связывалось с «буржуазностью» данного явления. Серьезные изменения в исследовании данной проблемы привнесли 90-е годы, в том числе введение в научный оборот термина «массовая коммуникация», который объединяет все существующие в обществе связи: идеологические, экономические, политические, социальные, культурные, информационные. Становление и развитие теоретических концепций массовой коммуникаций стало закономерным результатом эволюции политической мысли, находящейся под влиянием базовых мировоззренческих установок. Зарубежный исследовательский опыт по данной проблеме, в котором определяются теоретические обоснования моделей, соответственно, структуры и функции коммуникативного процесса, статуса коммуникантов в

повседневная жизнь. М.: РОССПЭН, 2001. 391 с.; Евдокимов В. А. Роль средств массовой информации в политизации социального конфликта: дис. ... д-ра полит. наук: 10.01.10 /Урал. гос. ун-т . 2007. 280 с.; Жирков Г. В. Проблемы изучения механизма мифологизации в журналистике // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1992. № 3. С. 47–56; Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. 831 с.; Кравченко И. И. Политическая мифология: вечность и современность // Вопросы философии. 1999 . N 1. С. 3-17; Почепцов Г. Г. Информационные войны. М: REFL book, 2000. 73 с.; Прозоров В. В. Власть современной журналистики, или СМИ наяву. Саратов, изд-во Саратовского ун-та, 2004. 234 с.; Чудинова И. М. Политические мифы // Социально-политический журнал. 1996. № 6. С. 122-134.

политике, раскрывается сущность и логика политических процессов, представлен трудами Ж. Бодрийяра, Э. Дэнниса, К. Дойча, М. Кастельса, Д. Клаппера, П. Лазарсфельда, Г. Лассуэлла, У. Липпмана, Д. Маккуэла, Э. Мэрилла, Э. Ноэль-Нойман, Т. Питерсона, Ф. Сиберта, Ф. Уэбстера, М. Харона, Г. Шиллера и др.¹². Рассматриваемые научные работы ценны тем, что в них дается системный подход к раскрытию теории вопроса, исследуется эволюция базовых моделей политической коммуникации, раскрываются и осмысливаются связи между процессами и явлениями информационного обмена.

Особое значение в контексте рассматриваемой проблематики имеют теоретические работы в области социальной коммуникации, массово-коммуникационных процессов, механизмов и результатов воздействия на сознание людей средств массовой информации, монографии и статьи отечественных исследователей информационно-коммуникационных технологий в политике: М. Г. Анохина, М. Ю. Павлютенкова (опыт информационно-коммуникационных технологий в политике), а также В. М. Березина (массовая коммуникация: сущность, каналы, действия), М. С. Вершинина (политическая коммуникация в информационном обществе), М. Н. Грачева (теоретико-методологический анализ политической

¹² Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа. М.; СПб. Альманах российско-французского центра социологии и философии ин-та социологии РАН, 1999. С. 193-226; Harrohn M., Miller W.L. Elections and Voters. Comparative Introduction. Hampshire. London, 1987. 287 p.; McQuail D. Mass Communication Theory: An Introduction. London, 1987. 352 p.; Дэннис Э., Мэрилл Д. Беседы о масс-медиа. М.: Вагриус, 1997. 384 с.; Дойч К. Нервы управления. Модель политической коммуникации. М.: Наука, 1993. 80 с.; Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.; Клаппер Дж. Эффекты массовой коммуникации. URL: http://www.media.uttmn.ru/library/_view_book.php?chapter_num=-1&big=117 (дата обращения: 16.05.2015); Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие // Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.: Едиториал УРСС, 1999. С.138-149; Липпман У. Общественное мнение. М.: Ин-т «Общественное мнение», 2004. 384 с.; Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М.: Прогресс-Академия, 1996. 199 с.; Сиберт Ф., Шрам У., Питерсон Т. Четыре теории прессы. М.: Вагриус, 1998. 223 с.; Уэбстер Э. Теории информационного общества. М.: Аспект-Пресс, 2004. 400 с.; Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М.: Мысль, 1980. 281 с.

коммуникации), И. И. Засурского (политизация масс-медиа, медиатизация политики), Б. И. Кретьова (СМК как элемент политической системы общества), В. В. Латынова (теория массовой коммуникации), М. М. Назарова (массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований, наркотизирующая дисфункция средств массовой коммуникации); Т. В. Науменко (политическая структура общества), В. П. Пугачева (СМК в современном политическом процессе) и др.¹³. Данные исследования содержат методологическую и понятийную базу для изысканий, раскрывающих природу коммуникации как результат общественного развития, определяют категориальный аппарат, специфику процесса коммуникации в политической сфере, анализируют принципы функционирования и структуру политической коммуникации, моделируют информационно-коммуникационный процесс, выделяют его этапы, выявляют эффективные способы его функционирования.

К их достоинствам можно отнести наличие большого объема результатов, идеи авторов являются убедительными, соответствующими введенным в научный оборот фактам, содержат оценку влияния средств массовой коммуникации на социальную и политическую жизнь общества. Особого внимания заслуживают исследования М. Н. Грачева «Политическая

¹³ Анохин М. Г., Павлютенкова, М. Ю. Информационно-коммуникационные технологии в политике // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер.: Политология. 1999. № 1. С. 40-52; Березин В. М. Массовая коммуникация; сущность, каналы, действия. М.: РИП-холдинг, 2003. 174 с.; Вершинин М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе. СПб.: Михайлов, 2001. 253 с.; Грачев М. Н. Политическая коммуникация: теоретико-методологический анализ: дис. ... д-ра полит. наук. М., 2005. 428 с.; Засурский И. И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы. М., 2001. 288 с.; Кретьов Б. И. Средства массовой коммуникации – элемент политической системы общества // Социально-гуманитарные знания. 2001. № 1. С. 110-115; Мелюхин И. С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции. М.: изд-во Моск. ун-та, 1999. 208 с.; Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практик исследований. М.: УРСС, 2002. 240 с.; Науменко Т. В. Массовые коммуникации в политической структуре общества // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Политические науки. 2003. № 3. С. 102-116; Пугачев В. П. Средства массовой коммуникации в современном политическом процессе // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12. Политические науки. 1995. № 5. С. 5-8; Соловьев А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Полис. 2002. № 3 и др.

коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития», А. И. Соловьева «Политические коммуникации», в которых авторы проводят глубокий анализ основных тенденций в развитии методологии исследований, истории формирования и разработки теоретических концепций политической коммуникации как совокупности процессов и явлений информационного воздействия и взаимодействия в сфере политики.

На протяжении десятилетий научная методика исследования взаимодействия с социально-политическими преобразованиями советского общества базировалась на партийно-классовом подходе. Теоретические исследования в области средств массовой информации сводились к изучению, обобщению традиций и новаторства классиков марксизма-ленинизма, ведущих публицистов советской прессы, к разоблачению манипулятивных особенностей буржуазных СМИ. В конце 70-х – начале 80-х годов изучение профессиональной практики средствами массовой информации было представлено следующими направлениями: журналистика и художественное творчество, журналистика и научное творчество, журналистика и публицистическое творчество и др. Изучая взаимосвязь журналистского, художественного и научного творчества, теоретики определяли общее и особенное в познавательной деятельности исследователя и журналиста, специфику использования научных и художественных методов отображения действительности в работе журналиста. Эти направления отражены в научных исследованиях Т. А. Беневоленской, В. М. Горохова, В. И. Здоровеги, Р. А. Ивановой, Г. В. Колосова, В. Д. Пельта, Е. П. Прохорова, Д. М. Прилюка, Л. Г. Свитич, М. И. Стюфляевой,

В. В. Ученовой, И. Д. Фомичевой, М. С. Черепахова и др.¹⁴ Эти научные труды содержат ценные подходы к исследованию теории вопроса, но вне поля их зрения оставались трансформации, переживаемые прессой, вне зависимости от партийно-политической и организационной принадлежности тех или иных печатных органов, роль мифотворчества в деятельности прессы.

Новый этап в развитии теории средств массовой информации начался в конце 80-х – 90-х годах. В эти годы сформировались новые исследовательские направления, отличные от теоретических концепций предшествующего периода. Особое значение в контексте исследуемой проблемы имеют теоретические работы в области истории, теории журналистики, анализа функций, принципов, механизмов и результатов их воздействия на массовое политическое сознание людей, взаимоотношений власти и прессы, теоретического осмысления психологии массовой коммуникации в коммуникативных процессах. Этим аспектам посвящены работы, наиболее цитируемые в теории журналистики: Е. Ч. Андрунас, Н. Н. Богомоловой, Е. Л. Вартановой, Л. Э. Варустина, В. В. Ворошилова, А. А. Грабельникова, Г. В. Жиркова, И. И. Засурского, Я. Н. Засурского, С. Г. Корконосенко, Р. П. Овсепяна, Е. П. Прохорова, Л. Л. Реснянской,

¹⁴ Беневоленская Т.А. Композиция газетного очерка. М.: изд-во Моск. ун-та, 1975. 88 с.; Горохов В. М. Закономерности публицистического творчества. М.: Мысль, 1975. 192 с.; Иванова Р. А. Партийно-советская печать в годы развернутого строительства социализма. М.: изд-во Моск. ун-та, 1977. 52 с.; Колосов Г. В. Публицистика как творческий процесс. М.: изд-во Моск. ун-та, 1977. 87 с.; Пельт В. Д. Предвоенная советская печать: проблематика выступлений, совершенствование организации прессы в предвоенные годы: 1937–июнь 1941. М.: изд-во Моск. ун-та, 1974. 204 с.; Прилюк Д. М. Теория и практика журналистского творчества: методология проблемы. Киев: изд-во Киевского ун-та, 1973. 342 с.; Пронин Е. И. Печать и общественное мнение. М.: изд-во Моск. ун-та, 1971. 132 с.; Прохоров Е. П. Публицист и действительность. М., 1973. 315 с.; Публицистика в жизни общества. М., 1968. 102 с.; Свитич Л. Г., Ширяева А. А. Проблемы эффективности университетской подготовки журналистских кадров (по итогам социологического исследования) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1979. № 3. С 25-33; Стюфляева М. И. Образные ресурсы публицистики. М.: Мысль, 1982. 176 с.; Ученова В. В. Публицистика и политика. М.: Политиздат, 1973. 232 с.; Фомичева И. Д. Журналистика и аудитория: теоретич. проблемы и опыт изучения городской аудитории средств массовой информации и пропаганды. М.: изд-во Моск. ун-та, 1976. 158 с.; Черепахов М. С. Проблемы теории публицистики. М.: Мысль, 1973. 269 с. и др.

М. В. Шкондина и других авторов¹⁵. В исследовании И. И. Засурского показано, что медийные каналы этого периода становятся основной средой политической коммуникации, происходит переплетение форм политического и массово-информационного, что позволяет говорить о медиатизации политики и формировании медиаполитической системы.

Проблемы функционирования и эволюции российских средств массовой информации в процессе политической коммуникации в постсоветский период, их роль в избирательном процессе и в политической системе в целом, а также характеристики конкретных групп средств массовой коммуникации широко представлены в междисциплинарных исследованиях российских ученых. К числу таких исследований можно отнести работы И. М. Дзялошинского, А. А. Грабельникова, С. Г. Карамурзы, А. М. Цуладзе и др. Значительный вклад в дальнейшее развитие российской теории средств массовой информации был внесен исследователями в переходный период. Об этом свидетельствует появление значительного количества теоретических работ, защищенных докторских диссертаций, посвященных тем или иным аспектам теории информационных каналов. Проблемами истории, теории, репрезентации средств массовой

¹⁵; Андрунас Е. Ч. Информационная элита: корпорация и рынок новостей. М.: изд-во Моск. ун-та, 1991. 209 с.; Богомолова Н. Н. Социальная психология печати, радио, телевидения. М.: изд-во Моск. ун-та, 1991. 128 с.; Вартанова Е. Л. Северная модель в конце столетия: печать, телевидение и радио Северной Европы между государственным и рыночным регулированием. М.: изд-во Моск. ун-та, 1997. 183 с.; Варустин Л. Э. Пресса и власть. СПб.: изд-во Ленинград. ун-та, 1995. 267 с.; Ворошилов В. В. Журналистика. СПб.: изд-во Михайлова, 2000. 360 с.; Грабельников А. А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий: итоги и перспективы. М.: РИП Холдинг, 2001. 334 с.; Жирков Г. В. Советская крестьянская печать – один из типов социалистической прессы. Л.: изд-во ЛГУ, 1984. 179 с.; Засурский И. И. Масс-медиа второй республики. М.: изд-во Моск ун-та, 1999. 270 с.; Засурский Я. Н. Испытание свободой. Российская журналистика: 1990-2004. М.: МГУ, 2004. 464 с.; Корконосенко С. Г. Основы журналистики. М.: Аспект-пресс, 2004. 287 с.; Овсепян Р. П. В лабиринтах истории отечественной журналистики. М.: РИП Холдинг, 2001. 316 с.; Прохоров Е. П. Журналистика и демократия. М.: РИП Холдинг, 2001. 268 с.; Реснянская Л. Л. СМИ и политика. М.: Аспект Пресс, 2007. 256 с.; Степанов В. Н. Провоцирование в социальной и массовой коммуникации. СПб.: Роза мира, 2008. 268 с.; Шкондин М. В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога. М.: УПЛ ф-та журналистики МГУ, 2002. 30 с. и др.

информации на диссертационном уровне плодотворно занимались А. А. Антонов-Овсеенко, Н. Р. Бальнская, Н. М. Бергер, М. А. Бережная, И. Н. Блохин, С. С. Бодрунова, Н. Л. Волковский, И. М. Дзялошинский, В. А. Евдокимов, В. Л. Иваницкий, М. Н. Ким, В. В. Кравцов, Б. Н. Лозовский, Г. С. Мельник, А. Г. Рихтер¹⁶. Эти научные работы в значительной мере восполнили пробел, образовавшийся в теории в связи с кризисом и распадом единой идеологической доктрины их функционирования. Впервые на монографическом уровне проблема влияния прессы на аудиторию рассматривались с позиций целостной системы, объединяющей как объективные, так и субъективные факторы эффективности функционирования СМИ в новых политических реалиях. Нестабильность новейшей идеологии, политизация средств массовой информации, медиатизация политики, мифотворчество и мифологизация

¹⁶ Антонов-Овсеенко А. А. Роль периодической печати в формировании общественного сознания в России в 1917 г.: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. Тверь, 2013; Бальнская Н. Р. Специфика участия средств массовой информации в политическом процессе современной России: дис. ... д-ра полит. наук: 10.01.10. Екатеринбург, 2009; Бергер Н. В. Расследование как метод журналистской деятельности: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. СПб.; Бережная М. А. Проблематика социальной сферы в телевизионной журналистике: актуализация позитивного дискурса: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. СПб., 2009.; Блохин И. Н. Этножурналистика в политических процессах: ролевой анализ: дис. ... д-ра полит. наук: 10.01.10. СПб., 2009; Бодрунова С. С. Медиакратия: СМИ и власть в современных демократических обществах: дис. ... д-ра полит. наук: 10.01.10. СПб., 2015; Волковский Н. Л. Журналистика в информационных войнах: исторические истоки и современные тенденции: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. СПб., 2003; Дзялошинский И. М. Коммуникационные стратегии социальных институтов в медиaprостранстве России: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. М., 2013; Евдокимов В. А. Роль средств массовой информации в политизации социального конфликта: дис. ... д-ра полит. наук: 10.01.10. Екатеринбург, 2007; Иваницкий В. Л. Трансформация журналистики России в условиях становления отрасли СМИ: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. М., 2011; Ким М. Н. Интеграция творческих и технологических факторов в создании журналистского произведения: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. СПб., 2001; Кравцов В. В. Инновационная журналистика и власть в современном медийном пространстве: дис.... д-ра филол. наук: 10.01.10. М., 2012; Лозовский Б. Н. Манипулятивные технологии влияния на средства массовой информации: дис. ... д-ра филол. наук. 10.01.10. Екатеринбург, 2010; Мельник Г. С. Массовая коммуникация как фактор политического влияния: дис. ... д-ра полит. наук: 23.00.03. СПб., 1998; Рихтер А. Г. Свобода массовой информации в постсоветском государстве: регулирование журналистики в условиях переходного период: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2007. 58 с. и др.

изменили традиционные для российского общества отношения государства и СМИ, печатных каналов в частности. Содержание указанных научных трудов демонстрирует, что в отечественной науке сформировалась традиция сопоставительных исследований особенностей практик советских и постсоветских СМИ.

Отдавая должное значительной теоретико-исследовательской работе, проделанной отечественными и зарубежными учеными в области изучения политической коммуникации, в частности политической мифологии, следует признать, что политический миф как особая форма ментальности, лежащий в основе традиционного мировоззрения, конструирующий реальность с помощью средств массовой информации, влияющий на значимости политической коммуникации, осуществляемые средствами массовой информации, оставался вне поля зрения исследователей. Состояние изученности проблемы в сочетании с ее актуальностью определяет необходимость настоящего диссертационного исследования.

Объектом диссертационного исследования являются процессы мифотворчества в отечественных печатных СМИ в ретроспективном и актуальном измерениях.

Предметом диссертационного исследования выступают содержание и способы мифотворчества и мифологизации в печатных СМИ как средства общения и управления, политического влияния, формирования политической культуры в советском и современном российском обществе.

Цель диссертационного исследования заключается в том, чтобы комплексно рассмотреть идеологические, содержательные и профессионально-методические характеристики мифотворчества в отечественной печатной прессе.

В числе **задач**, которые предопределили создание, структуру, внутреннюю логику диссертационной работы, автор считает необходимым выделить следующие:

- описать становление научного знания о мифе в социально-общественной практике;
- исследовать конкретно-исторические предпосылки мифотворчества в массовой коммуникации;
- раскрыть мифотворческий потенциал и его реализацию в советской печатной прессе довоенного периода;
- рассмотреть содержание мифотворчества в системе пропагандистского влияния печати периода Великой Отечественной войны;
- выявить содержательно-смысловую динамику политического мифотворчества и мифологизации в печати советского периода;
- показать эволюцию и трансформацию медийных ресурсов власти в современной России, влияние демократических перемен на смену мифов и символов;
- представить структурно-функциональные характеристики мифоребрендинга в периодической печати современной России.

Методология и методы исследования

В связи с междисциплинарным характером диссертационной работы в ходе исследования использовались фундаментальные принципы и подходы современных наук: филологической теории журналистики, теории массовой коммуникации, политологии; социальной философии; социальной психологии; социологии; психолингвистики. В своей работе диссертант опирался на общенаучные методы познания: анализ и синтез, абстрагирование и типизация, принципы изучения социальных явлений в рамках классической и постнеклассической научных парадигм.

Методологическая основа диссертации сформирована с опорой на труды по проблемам массовой коммуникации, анализирующие функции, содержание, средства, результаты воздействия, понимания (В. Г. Афанасьев, М. Н. Грачев, Г. Лассуэлл, У. Липпман). Политологический анализ различных аспектов политической коммуникации в контексте познания взаимоотношений государства и общества, сущности и механизмов

осуществления политической власти представлен в работах К. Мангейма, Т. Парсонса¹⁷. Институциональный подход позволил рассматривать печатные СМИ как институциональных акторов политического процесса (П. Лазарсфельд, Р. Мертон, Г. Шиллер). В числе основополагающих работ, рассматривающих социальное явление как феномен, имеющий свою логику развития, необходимо назвать труды П. Бурдьё, М. Вебера, В. Парето, исследования мифов на различных этапах политической истории России: А. Н. Савельев (Кольев), В. С. Полосин, Н. И. Шестов. Диссертант опирался на теоретические выводы, сделанные в трудах, посвященных становлению и функционированию информационного общества (Д. Белл, М. Кастельс), влиянию средств массовой информации на общественное сознание (С. Г. Кара-Мурза, Г. Г. Почепцов), политическую культуру (А. А. Грабельников, Е. П. Прохоров), социальное поведение граждан в условиях реализации национальных моделей политических преобразований общества и СМИ (И. И. Засурский).

Основу изучения мифосимволических структур и социально-конструктивистских стратегий исследований процесса политической идентификации составляет структурно-функциональный анализ. Его использование позволило выделить основные структурные компоненты политических мифов; типологический метод способствовал выявлению различных функциональных типов политических мифов; компаративный метод – определению сходства и различия политических мифов при различных формах осуществления политической власти; ретроспективный метод – выделению специфичных политических мифов на различных этапах политического процесса в России. Исследование феноменов мифотворчества укладывается в концепции социальной феноменологии и метода герменевтической интерпретации текстов печатных СМИ (Р. Барт, Э. Кассирер, Д. Кэмпбелл, К. Хюбнер, М. Элиаде, К. Юнг). Анализ

¹⁷ Мангейм Дж. Политология: методы исследования. М.: Весь мир, 1999, 544с.; Парсонс Т. О структуре социального действия. М.: Акад. Проект, 2002. 877 с.

источников осуществлялся на основе применения принципов герменевтики П. Рикера и Х.-Г. Гадамера, грамматологии Ж. Дерриды, что позволило автору сформулировать собственный концептуальный взгляд. Источник – публикация – рассматривается как памятник определенной эпохи, а информация, в нем содержащаяся, не исчерпывается зафиксированными фактами. При этом существенное значение имеют не только факты первого уровня («факт-событие»), но и факты второго уровня («факт-мотив», «факт-интерес»).

Эмпирическая база исследования представлена, во-первых, нормативными источниками и официальными документами. Это законы и подзаконные акты СССР, РСФСР, РФ, определяющие нормативно-правовые основания развития и функционирования средств массовой информации на различных этапах политического развития России, резолюции, решения съездов, конференций, пленумов РКП(б), ВКП(б), КПСС, отражавшие идейно-политическую основу и структурно-функциональную специфику деятельности отечественных печатных СМИ. Используются данные Федеральной службы государственной статистики РФ (Росстат, ранее – Госкомстат), а также иные статистические материалы. Во-вторых, обширной источниковой базой диссертационного исследования явились материалы фондов архивов, в том числе Российского государственного архива новейшей истории (РГАНИ), Ленинградского государственного архива литературы и искусства (ЛГАЛИ), Центрального партийного архива Института марксизма-ленинизма при ЦК КПСС (ЦПА ИМЛ), дальневосточных партийных архивов: Приморского края Хабаровского края, Амурской области, государственных архивов Приморского и Хабаровского краев. В-третьих, в эмпирическую базу включены периодические издания: газеты «Правда» (1917–1927 гг.), «Известия ЦИК» (1917–1927 гг.), «Беднота» (1918–1931 гг.), «Крестьянская газета» (1923–1939 гг.) и др., журналы «Вестник агитации и пропаганды» (1920–1922 гг.), «Большевик» (1924–1929 гг.), «Красная печать» (1921–1928 гг.), «Журналист» (1922–1927 гг.), «Рабоче-крестьянский

корреспондент» (1924–1927 гг.), газеты более поздних периодов, а также интернет-ресурсы российских печатных изданий, политических организаций, органов государственной власти. В-четвертых, в работе над диссертацией использованы результаты конкретно-социологических процедур: анкетный опрос, интервьюирование, проведенные при непосредственном участии автора, контент-анализ печатных периодических изданий. По результатам исследования 100 текстов периодических изданий общественно-политической направленности, опубликованных на страницах газет «Беднота», «Крестьянская газета», «Крестьянская газета для молодежи», «Крестьянская жизнь» (Амурская область), «Крестьянин и рабочий», «Крестьянская правда», «Приморский крестьянин» (Приморский край) были изучены технологии, методы и формы подачи текстов печатными крестьянскими изданиями в соответствии с поставленными задачами. При подготовке диссертации исследованы итоги экспертных интервью, проведенные автором с главными редакторами печатных изданий, ведущими журналистами общероссийских периодических изданий, со специалистами в сфере связей с общественностью, ведущими журналистами российских и дальневосточных газет. Данные о способах и методах влияния властных и политических структур на трансформирование содержательной компоненты СМИ были получены в ходе наблюдений автора, имеющего опыт практической работы в газетах «Комсомольская правда», «Известия», «Российская газета», «Независимая газета», а также в PR-командах, в пуле губернатора Приморского края, в пресс-службе администрации Владивостока.

В-пятых, в диссертационной работе были использованы опубликованные в открытой печати данные социологических опросов, материалы социологических мониторингов социально-политической ситуации, вторичная социологическая информация (ВЦИОМ) об отношении населения к СМИ как социальному институту. В соответствии с целью и задачами исследования для сбора эмпирического материала был разработан

инструментарий, включающий в себя такие методы социологического исследования, как проведение экспертного опроса на тему: «Политическое мифотворчество печатных СМИ».

В-шестых, введены в научный оборот материалы, полученные в ходе реализации гранта «Института Открытое Общество. Фонд Содействия»: конкурса «Издание учебной литературы для журналистов», проводившегося в рамках благотворительной программы «Поддержка российских СМИ» (грантовый сертификат: #JAT 107) – монография «Делаем новости». Журналистские тексты практической части монографии были написаны автором, прошли апробирование на страницах газет «Комсомольская правда», «Известия», «Российская газета».

Положения, выносимые на защиту

1. Миф является базовым средством символизации реальности посредством СМИ. Милленаристский миф советского общества сопровождал сакрализацию 1000-летнего периода времени. Он соответствовал логическим законам коммунистического и капиталистического мышления, содержал внутри себя два направления: демиургическое и трикстерское. Демиургическая составная советской мифологии характерна для периода строительства, расцвета и частичного пересмотра милленаристского советского мифа (1917–1991 годы). Трикстерская составная – переориентация милленаристского советского мифа под требования милленаристского капитализма (с 1991 по 2000 год).

2. Массовые коммуникации выступали средством модификации социального поведения индивидов в обществе, корректировки их ценностно-нормативной сферы. Внедрение информационными каналами мифологии шло по двум направлениям: медиациентрированном, информационном воздействии на получателей информации и формировании псевдосознания, и антропоцентрированном, то есть ориентации на вкусы и предпочтения аудитории, влияющей на многократно усиливающийся «кумулятивный» характер сообщений, их концентрации в заданном направлении. В условиях

трансформации и усложнения коммуникативного пространства политики, развития информационных технологий мифотворчество и мифологизация приобретают особое значение для конструирования политической реальности через каналы прессы.

3. Устойчивость в теории советской пропаганды мифологемы «партийное руководство» обеспечивалось реалиями политического процесса, характерного для программ партий, идущих во власть, потерявших власть и снова стремящихся к ней.

4. Распространяемое печатной прессой мифотворчество способствовало укреплению власти, а процесс создания мифов совмещал в себе два взгляда: диахронический аспект (из прошлого или в прошлое) и синхронический аспект (средство объяснения настоящего).

5. Печатная пресса периода «застоя» делала ставки на мифы, далекие от реальной действительности, человеческих ценностей. Политический процесс совершался в двух измерениях – реальном и мифологическом, активность мифотворчества была выше интенсивности зримых перемен.

6. Современная печатная пресса транслирует бриколаж мифического творчества, состоящего из «осколков» прошедших идеологий советской и российской государственности.

7. Печатная пресса, представляя новейшие мифы, обладает повышенным дестабилизирующим воздействием на ход социальной жизни. Мифологический подъем, порожденный ситуацией социальной трансформации, напряженности и нестабильности, не может поддерживать рациональную организацию общества только за счет внутренних ресурсов.

8. Политизация массмедиа, медиатизация политики, мифорейтинг, инновационные процессы – основные направления функционирования печатной прессы современной России.

Научная новизна исследования

Новизна диссертационной работы заключается в том, что впервые в отечественной журналистике осуществлен комплексный анализ печатной

прессы, транслятора мифотворчества, активного элемента функционирования, структурообразующего компонента современной символической политики, в единстве их функциональных и процессуальных измерений. Научная новизна диссертации подтверждается полученными в ходе исследования результатами, выявляющими личный вклад автора в области теоретических знаний:

- выявлена предметная область исследований печатной прессы, перспективы сближения, слияния признаков и элементов независимых друг от друга явлений междисциплинарных стратегий изучения их мифических составных;

- доказано, что милленаристский миф тысячелетия, его демиургическая и трикстерская составные, представляемые прессой, заканчивают свое существование, старая политическая парадигма разрушена;

- мифологизация и мифотворчество обозначены как структурные элементы средств массовой информации, ресурс символического производства и поддержания законности государственной власти;

- проанализирована тематическая прагматика мифотворчества печатной прессы: определены содержательные блоки, в рамках которых была запрещена любая реинтерпретация;

- исследован советский миф, иррациональный в своей рациональности, проецирующийся на любой событийный ряд, выступающий логическим доводом, дискурсом медийного социального проекта;

- выделен малоизученный аспект параметров динамики печатной прессы довоенного периода СССР, природа которых была связана с мобилизационным типом политической культуры большинства граждан, усилением мифотворчества;

- определены процессуальные составные транслирования мифического творчества печатной прессой, состоящего из «осколков» прошедших идеологий советской и российской государственности;

- установлено, что в постсоветскую эпоху фактически произошла подмена идеологии мифом, эклектичное и противоречивое мифотворчество и мифологизация способствовали повышению внушаемости масс и облегчили манипулирование ими со стороны СМИ и властных элит;

- введены в научный оборот структурно-функциональные характеристики мифорейтинга, инноваций в медийном пространстве современной России.

Таким образом, диссертацию можно отнести к разряду инновационных разработок в современной науке о журналистике и средствах массовой информации.

Теоретическая значимость исследования заключается в разработке комплексного подхода к исследованию мифотворчества, транслируемого печатной прессой, влияющего на конструирование социально-политической реальности в аспекте легитимации, репрезентации власти.

Развиты и модернизированы теоретические подходы к анализу печатной прессы, транслятора мифотворчества советского периода: когнитивные конструкции, транслируемые печатной прессой, выступали в виде мифологизированных концепций социальной правды; процессуальные параметры динамики печати довоенного периода были связаны с мобилизационным типом политической культуры большинства граждан.

Выявлены закономерности и тенденции социального мифотворчества и мифологизация постсоветского периода: новейший миф, имитирующий прозрение, остается упрощенной копией предшествующих мифов.

Осуществлено концептуальное осмысление места и роли печатной прессы в процессе политического мифотворчества, как существенного свойства ее функционирования, что позволяет совершенствовать политические технологии, обеспечивать информационную безопасность.

Обоснованы и введены в научный оборот имеющиеся теоретические положения относительно современных тенденций мифорейтинга и инноваций в медийном пространстве современной России, позволяющие и

способствующие практическому освоению новых форм и методов подачи новостных материалов.

Практическое значение исследования

Диссертационное исследование открывает новое направление в изучении политической журналистики, дает журналистам-практикам инструментарий для оптимизации отношений с аудиторией. Структурно-функциональный анализ позволил выделить основные структурные компоненты печатных СМИ, трансляторов политических мифов; типологический метод способствовал выявлению различных функциональных типов печатной прессы; компаративный метод – определению сходства и различия возможностей СМИ в трансляции политических мифов при различных формах осуществления политической власти; ретроспективный метод – исследованию печатной прессы, ее мифической составляющей на различных этапах политического процесса в России. Результаты исследования могут быть использованы в деятельности СМИ, институтов гражданского общества, применены образовательными учреждениями высшего и дополнительного профессионального образования в преподавании дисциплин «Современная российская политика», «Сравнительная политология», «Журналистика», «Политические коммуникации в публичном пространстве России», «СМИ в политической жизни России», PR.

Апробация результатов исследования: Результаты исследования представлены в докладах и сообщениях на международных, всероссийских и региональных научных конференциях, в том числе: VIII международная научно-практическая конференция. Научные исследования в сфере общественных наук: вызовы нового времени. Екатеринбург, 2015; Международная научно-практическая конференция. Уфа, 2014; Советские и постсоветские теории СМИ: содержание и тенденции развития. XVII международная конференция, посвященная проблемам общественных и гуманитарных наук. М., 2014; Вторая международная научно-практическая

конференция. Теоретические и практические вопросы развития научной мысли в современном мире. Уфа, 2013; Шестой Всероссийский конгресс политологов. Россия в глобальном мире: институты и стратегии политического взаимодействия. М., 2012; Журналистика в 2012 г. Ежегодная Всероссийская научная конференция. М., 2013; СМИ: возрождение тоталитарного мифа. Шестой Всероссийский конгресс политологов. Россия в глобальном мире: институты и стратегии политического взаимодействия. М., 2012; Всероссийская научно-практическая конференция «Борьба с терроризмом: идеология проблемы». Армавир, 2011; V Всероссийский конгресс политологов «Изменения в политике и политика изменений: стратегии, институты, акторы». М., 2009; Юбилейная конференция: сб. трудов профессорско-преподавательского состава ИМТиГа. Владивосток, 2010 и др. Статьи по материалам докладов зарегистрированы в DOI, имеют регистрацию РИНЦ. Основные результаты диссертационного исследования изложены в 54 публикациях общим объемом 90 п. л., из них 4 монографии, 20 статей, опубликованных в ведущих рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ.

Монография «Делаем новости» (грантовый сертификат: #JAT 107) выдержала два издания общим тиражом 15 тыс. экз., число цитирования в РИНЦ – 45; цитируемость по направлению – 6,3; книги «Я – пресс-секретарь», «Имидж по-русски» отмечены дипломами «Белое крыло», Уральская премия за достижения в сфере связей с общественностью; статья «Меню репортера: на первое инфотейнмент, а на десерт – диатриба», опубликованная в общероссийском интернет-издании «Журналист», стала лауреатом премии «Золотой гонг», книга «PR в ресторанно-туристском бизнесе» удостоена диплома лауреата в международном конкурсе «Лучшая научная книга в гуманитарной сфере 2014» (№ ЛК 001 от 01. 10. 2014); практические рекомендации соискателя, предложенные в рамках Всероссийского конкурса «Лучшая научная статья-2014» в номинации «Политические науки», были отмечены дипломом лауреата (Концепт. 2014.

№ 03 (март). ART14063. –URL: <http://e-koncert.ru/2014/14063.htm>. Гос. рег. Эл. № ФС 77-49965.ISSN 2304-120X).

Диссертация обсуждена и рекомендована к защите на заседании кафедры теории журналистики и массовых коммуникаций Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ. Диссертация соответствует паспорту специальности 10.01.10.

Структура диссертации. Работа состоит из введения, четырех глав, включающих 11 параграфов, заключения, библиографического списка и приложений. Количество страниц основного текста – 425; количество источников использованной литературы – 457.

Диссертация и автореферат оформлены в соответствии с СТО СГГА 012-2011.

1. МИФОТВОРЧЕСТВО: ОСВОЕНИЕ, ИСТОЛКОВАНИЕ РЕАЛЬНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПЕЧАТНОЙ ПРЕССЫ

1.1. Миф: форма, содержание, статус в социально-общественной практике

Периоды смены эпох и переосмысления накопленного человечеством социального опыта, глубокий разрыв между обществом и властью являются предпосылкой для усиления мифологической составляющей, возрождения интереса к политике как в сфере господства манипулятивных технологий, их влияния на массовое сознание. Английский этнограф Э. Тейлор, рассматривал миф с позиций антрополого-этнографического подхода, миф – форма общественного сознания на разных этапах его существования, продукт раннего состояния человека и человечества: «Нуждаясь в объяснении природы, дикарь использует доступные ему приемы, одушевляет мир и переносит на него все проявления своей личной жизни»¹⁸. По его мнению, «миф – форма целостного массового освоения и истолкования реальности, использующая чувственно-наглядные образы, субъективное образование, которое является для своего носителя объективной реальностью. Он – объективация мифологического сознания в вербальных (словесных) или иных знаковых формах, в обрядах, являющихся элементом системы мифологического сознания, идеализированное, очищенное от всего наносного представление о событии, герое, процессе. Миф является частью символического универсума, с его помощью разворачивается символическое содержание, вызываются определенные эмоции и действия. Мифология – форма общественного сознания, способ понимания природной и социальной действительности на всех стадиях общественного развития»¹⁹. Выявление факторных свойств мифотворчества как существенного процесса

¹⁸ Тэйлор Э. Б. Миф и обряд в первобытной культуре. Смоленск, Русич., 2000, 624 с.

¹⁹ Там же. С. 75.

функционирования печатных СМИ невозможно без систематизации этого материала, без исследования теоретических разработок таких авторитетов, как Р. Барт, Я. Голосовкер, П. Бурдьё, М. Вебер, Э. Кассирер, С. Кьеркегор, Дж. Д. Кэмпбелл, К. Леви-Стросс, А. Лосев, Б. Малиновский, К. Маркс, Ф. Ницше, П. Струве, Э.Б.Тэйлор, К. Флад, З. Фрейд, Э. Фромм, К. Хюбнер, А. Шопенгауэр, М. Элиаде, К. Г. Юнг и др. Попытки исследования пластов человеческого сознания, систематизации и обобщения древних мифологических текстов были предприняты в трудах Б. Малиновского (основателя направления функционализма), К. Леви-Стросса, К. Хюбнера и др. В работах К. Маркса и Ф. Энгельса миф исследовался как составная часть превращения формы в сознание. В трудах С. Кьеркегора, Дж. Д. Кэмпбелла, Ф. Ницше, К. Флада, З. Фрейда, А. Шопенгауэра идеология понимается как социальная мифология. В рамках структурно-семиотического подхода миф изучался Р. Бартом, К. Леви-Строссом. Методами аналитической психологии была выведена зависимость поведения людей от мифологических образов на уровне подсознания (З. Фрейд, К. Юнг). Так, К.Юнг и его последователи обосновали теорию универсальных динамических структур подсознательного. При исследовании мифов основное внимание уделялось скрытой части психики – «бессознательному» как личному, так и коллективному. Анализируя иррациональное рациональными методами, К. Г. Юнг приходит к понятию архетипа как явления коллективного бессознательного, представляющего собой наследственный опыт предшествующих поколений. Исходя из этого, он дает определение мифу как «своеобразной реакции на невозможность рационально объяснить происходящие реальные изменения»²⁰. На основе этого умозаключения К. Юнг делает переход к психоаналитическому восприятию различных образов, переживания которых не являются объектом интеллектуального исследования. Он называет их судьбой, выходит на коллективное

²⁰ Юнг К. Г. Человек и его символы. Под ред. С.Н.Сидоренко. СПб.: Ун-тская книга, 1997. 388 с.; Архетип и символ. М.: Ренессанс, 1994. 304 с.

бессознательное восприятие мифологических сообщений. Логика рассуждений приводит нас к следующему: никакие аналитические методы не позволяют «вспоминать» это бессознательное, поскольку оно никогда не забывается. Теория юнговских архетипов получила дальнейшее развитие в трудах М. Элиаде, проводившего мысль о приспособляемости мифологического мышления. К разным аспектам этого вопроса обращались М. Вебер, П. Бурдьё, Э. Кассирер (символический подход к мифопроблематике), П. Струве и др. Исследуемые научные работы ценны тем, что в них содержатся новые подходы к раскрытию теории вопроса, а достигнутый уровень научных знаний о мифологии позволял исследователям использовать их в трактовке не только социально-политических проблем древних сообществ, но и в объяснении особенностей современной политики. Основы соотношения мифического и социального были рассмотрены в трудах структуралистов и функционалистов, исследующих мифологию как функционально интегрированную часть культуры, кодифицирующую социальное и ритуальное устройство общества. Именно они, исследуя генезис проблемы, подтвердили вывод о том, что человеку с его первых шагов была присуща тяга к неким абстрактным ценностям в виде мифологических мотивов и сюжетов. К. Леви-Стросс, использующий при создании модели мифов структурно-семиотический подход, отождествлял структурную общность мифов с логикой научного мышления: «Вероятно, мы откроем однажды, что одна и та же логика заключается и в мифическом, и в научном мышлении, и что человек всегда мыслил одинаково хорошо»²¹. Идея парадигматического чтения смысла мифа у К. Леви-Стросса перекликается с представлением об энигматическом сознании мифа. Осуществление совокупности этих процессуально специфичных операций обеспечивает все требования, которым должно соответствовать понятийное мышление, «не на уровне отдельного индивида, а на уровне коллективного субъекта (конкретная культура, историко-культурная область), ответственного за

²¹ Леви-Стросс К. Структура мифов.// Вопросы философии. 1970 №7. С. 187.

циркулирование. Происходит преобразование семантики мифов, достигается тип рациональности, присущей – по своему логическому качеству – понятийной мысли»²². При этом он показывает не только полноту логических возможностей, но и обнаруживает процессуальные характеристики и воссоздание канвы мышления коллективного субъекта. Она реконструируется как присущая не отдельному мифу (взятому даже в совокупности его вариантов), а группе мифов, или (по терминологии К. Леви-Стросса) «метагруппе». Кодам, скрепляющим собой большие семантические подразделы в мифологическом поле, принадлежит роль категорий мифологического мышления. Они, маркирующие его маршруты в мифологическом поле, преимущественно связаны с методикой выявления структуры мифа, охватывают гораздо более обширную семантическую и логическую область, играют роль проводников мышления, интегрируют семантику на участках сгущений, обеспечивают логическую действенность аналогий и в целом задают направленность движения мысли. К. Леви-Стросс отвергает какую-либо иерархию кодов как исследовательский принцип, как принцип, определяющий движение мысли в мифологическом поле, «мы уже восходим от рассмотрения отдельных мифов к рассмотрению определенных путеводных схем (*schemes conducteurs*), которые упорядочены по одной и той же оси. В каждом пункте этой оси, указываемой схемой, мы намечаем, так сказать, вертикаль от других осей, проистекающих из той же операции, но реализуемую уже не с помощью мифов, принадлежащих только одной общности, но и мифов, которые происходят из соседних общностей и при этом представляют некую аналогию мифам данной общности»²³. «Мифологическим мирам» словно предназначено быть разрушенными, едва

²² Островский А. Анализ мифов К. Леви-Стросса. О выделении операций мифологического мышления на основе левистроссовского анализа семантики мифов // Советская этнография. 1984. № 5. С. 51-53.

²³ Леви-Стросс К. Путь масок. М.: Республика, 2000. С. 14-15.

образовавшись, чтобы из их осколков рождались новые миры»²⁴. Политический миф творится не на основе рациональной логики и не рациональным по большей части инструментарием. «Однако суть мифологического мышления состоит в том, чтобы выразить себя с помощью репертуара причудливого по составу, обширного, но всё же ограниченного; как-никак, приходится этим обходиться, какова бы ни была взятая на себя задача»²⁵. Для мифического творчества характерна отсылка к другому, нежели научный и рациональный, характеру деятельности, которую К. Леви-Стросс называет бриколажем. Таким образом, мышление оказывается чем-то вроде интеллектуального бриколажа. Подобно бриколажу в техническом плане, мифологическая рефлексия достигает в плане интеллектуальном непредвиденных результатов. Соответственно, часто отмечается мифопоэтический характер бриколажа. «Бриколер способен выполнить огромное число разнообразных задач. Но в отличие от инженера, ни одну из них он не ставит в зависимость от добывания сырья и инструментов, задуманных и обеспечиваемых в соответствии с проектом: мир его инструментов замкнут, и правила игры всегда состоят в том, чтобы устраиваться с помощью «подручных средств», то есть на каждый момент с ограниченной совокупностью причудливо подобранных инструментов и материалов, поскольку составление этой совокупности не соотносится ни с проектом на данное время, ни, впрочем, с каким-либо иным проектом, но есть результат, обусловленный как всеми представляющимися возможностями к обновлению, обогащению наличных запасов, так и использованием остатков предшествующих построек и руин»²⁶. То есть мифическое творчество представляет собой непрерывный процесс подбора старых элементов и нового их упорядочивания. Мифические миры рождаются, разрушаются, и далее из их осколков рождаются новые. В этом

²⁴ Леви-Стросс К. Неприрученная мысль. Первобытное мышление. М.: «Республика», 1994. С. 126-130.

²⁵ Там же. С. 128.

²⁶ Там же. С. 126-130.

постоянном перебирании старых универсально-строительных кирпичей храма бытия состоит суть мифического творчества. Цели зачастую оборачиваются средствами, и наоборот. «Мифологическому мышлению, как и бриколажу в плане практическом, свойственно вырабатывать структурированные совокупности не непосредственно наряду с другими структурированными совокупностями, а используя остатки и осколки событий – окаменелые свидетельства истории индивида или общества»²⁷.

В основе модели Б. К. Малиновского, рассматривавшего мифологию как функциональную, интегрированную часть культуры, кодифицирующую социальное и ритуальное устройство общества, лежит суждение о том, что общество прошлого и настоящего нуждаются в определенных механизмах, объединяющих их в единое целое, «функция мифа – социальна. Он утверждает, что миф служит «матрицей» социального порядка и сводом примеров нравственного поведения»²⁸, выступает в качестве определенного состояния миропорядка, развитие которого остановилось в определенный момент в прошлом, а в ретроспективе миф исследуется как статичная структура: «Миф, что вполне очевидно, еще и нарратив, изложение взаимосвязанных событий, представленных читателю или слушателю в виде последовательности, произведение словесного творчества и как таковой он имеет свои литературные аспекты, которые неправомерно переоценивались большинством исследователей, но которыми, тем не менее, не следует полностью пренебрегать»²⁹.

Исследователи С. Кьеркегор, Ф. Ницше, З. Фрейд, А. Шопенгауэр предлагали нестандартный вариант решения исследуемой проблемы. По их мнению, все массовые движения спровоцированы подсознательным ощущением какого-то мифа, он служит различным по своему классовому содержанию социальным движениям. «Идеологические клише волнообразно.

²⁷ ²⁷ Леви-Стросс К. Указ. соч. С. 126-130.

²⁸ Малиновский Б. К. Магия, наука и религия. М.: REFL book, 1998. С. 281.

²⁹ Там же. С. 140.

Каждое очередное поколение творит свою идеологию. Причем эта «мифическая волна» в период своего зарождения опирается на прогрессивные слои, а двенадцатилетний цикл смены поколений действительно подтверждает это»³⁰. В рамках раскрытия основных сторон символизма, категорий мифологического мышления, их связи с психологией М. Элиаде проводит убедительную, соответствующую ранее установленным фактам идею о приспособляемости мифологического мышления к разным политическим системам. С позиций творческой герменевтики структура мифов выглядит следующим образом: «составление истории подвигов сверхъестественных существ; представление их как абсолютно истинного (так как оно относится к реальному миру), и как сакрального (ибо является результатом творческой деятельности сверхъестественных существ; миф всегда имеет отношение к «созданию», он рассказывает, как что-то явилось в мир или каким образом возникли определенные формы поведения, установления и трудовые подвиги; именно поэтому миф составляет парадигму всем значительным актам человеческого поведения; познавая миф, человек познает «происхождение» вещей, что позволяет овладеть и манипулировать ими по своей воле; речь идет не о «внешнем», «абстрактном» познании, но о познании, которое переживается ритуально, во время ритуальных воспроизведений мифа или в ходе проведения обряда»³¹. Только при этих условиях миф воспринимается обществом. Данные положения подтверждает Я. Голосовкер, утверждая, что мифологический сюжет есть имагинативная, воображаемая действительность, содержащая категории игры и метаморфозы, их трансформация в данном процессе результат творения. Но «система отношений и связей этой действительности иная, чем в действительности, к которой приложим наш здравый смысл»³².

Основа мифологии всегда алогична, или мифически логична. Главная

³⁰ Кьеркегор С. Страхи и трепет. М.: Республика, 1993. 382с.

³¹ Элиаде М. Аспекты мифа. М.: Акад. Проект, 2001. С. 23-24.

³² Голосовкер Я. Логика мифа. М.: Наука, 1987. С. 203.

база мифа – обыденное сознание, характеризующееся консерватизмом, избирательным восприятием, людям кажется, что они принимают решения, что они хотят чего-то, утверждает исследователь Э. Фромм: «в действительности они «поддаются» давлению внешних сил, внутренним или внешним условностям и «хотят» именно того, что им приходится делать»³³. То есть эмоции возобладают над разумом, рациональным восприятием.

По определению Р. Барта миф, облеченный в словесную форму, достаточно тонко, изощренно и коварно искажает действительность. На основании этого он особое внимание уделял семантико-лингвистической системе мифа, дешифровал его. Позиция Р. Барта такова: в мифе имеются две семиологические системы, одна из которых частично встроена в другую. С одной стороны, это сам язык, который в качестве объекта поступает в распоряжение мифа. Миф же строится на основе этого языка-объекта. С другой стороны, это сам миф, который в данном случае выступает как «метаязык», является как бы вторым языком, на котором говорят посредством первого. Для определения мифа важен не сам предмет сообщения, а то, как о нем сообщается. При этом можно установить формальные границы мифа, субстанциональных границ он не имеет, так как суггестивная сила мифа беспредельна. Любую вещь можно вывести из ее замкнутого безгласного существования и превратить ее в слово, готовое для восприятия обществом, ибо нет такого закона, который бы запрещал говорить о тех или иных вещах. Сначала одни вещи становятся жертвами мифа, затем они исчезают, их место занимают другие. Р. Барт, рассматривая миф семиотически, как некую знаковую систему, раскрывает связь между знаком, означающим и означаемым. В контексте такого понимания он определяет миф как «слово», «высказывание», как «коммуникативную систему». Семиология анализирует исследуемый предмет в отношениях между знаком – означаемым – означающим. Р. Барт обнаруживает в нем ту

³³ Фромм Э. Бегство от свободы: человек для себя. М.: Аст, 2011. С. 237.

же трехчленную структуру: означаемое – означающее – знак. Но специфика мифа такова, что эта семиологическая структура создается на базе уже существующей семиологической структуры, то есть уже существующей до него последовательности знаков. Под знаками Р. Барт понимает не только слова, но и любые предметы, которые могут что-либо значить. Р. Барт рассматривает единство означающей что-либо вещи и означаемого ею как некий знак, который сам становится означающим для нового мифологического смысла. Иными словами, его модель можно использовать не только для семиотического анализа мифа вообще, но и для семиотического анализа концепций мифа. Он также показывает, что миф не может быть безотносителен к субъекту, он всегда имеет свой адрес, всегда направлен на конкретного человека. Подобно этому чередование в мифе смысла и формы порождает сразу присутствие или отсутствие смысла. Это противоречие можно заметить только в том случае, если прекратить чередование внимания и сосредоточиться на каждом из них как объекте, отличающемся от другого (статическая процедура расшифровки мифа). Она с самим мифом дела не имеет, так как подлинное содержание мифа всегда динамично. Прделанный анализ позволяет Р. Барту говорить о мотивации мифа: «она является необходимым условием двойственности мифа, благодаря чему обыгрывается аналогия между смыслом и формой. Задача мифа «преобразовать интенцию в природу, преходящее в вечное»³⁴. Используя семиотическую модель мифа, Р. Барт переходит к его анализу, обнаруживает в нем те же характерные черты, которые существуют в рамках других подходов (прививка, изъятие из истории, тождество, тавтология, нинизм, квантификация качества, констатация)³⁵.

Суть мифа Р. Барт видит в повторе и в содержательном использовании единиц языка. Но «поскольку миф – это слово, то мифом может стать все, что покрывается дискурсом», логическим доводом, мыслительными

³⁴ Барт Р. Мифологии. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996. С. 269-270.

³⁵ Там же. С. 279-281.

посылками³⁶, подчеркивает он. Основные характеристики мифа, по Р. Барту, заключены в следующем: миф является коммуникативной системой, это способ означивания, форма, которая имеет свои исторические значения, правила и условия употребления, свое политическое и социальное содержание. Историчность и политичность мифа определяется историчностью и/или политичностью концепта, он не абстрактен и связан с конкретной политической ситуацией. Определенная структура политической ситуации способствует возникновению мифа, а латентный смысл концепта мифа делает его удобным для реализации скрытого политического эффекта. Мысль автора о том, что миф, определенное представление о мире, предстает как способ повествования, приобретает характер специфических представлений образа, дающего философскую значимость фактам повседневной жизни. В этом качестве миф представляет собой одну из важнейших реальностей истории. Такая модель мифологической коммуникации Р. Барта дает возможность прочтения мифа в трех вариантах: если сосредоточиться на одном означающем в контексте содержания мифа, то он в результате получает буквальное прочтение; означающее уже заполнено содержанием, в нем лишь необходимо различать смысл и форму; означающее необходимо рассматривать как неразрывное единство смысла и формы, сформулированные четко, ясно и доказательно.

По утверждению А. Ф. Лосева, слабость семиотического подхода Р. Барта состоит в предположении о существовании реальности вне ее интерпретации. Его взгляды на роль мифотворчества в истории развития общества сводились к следующему: «Абсолютная мифология должна быть как бы нормой, образцом, пределом и целью стремления для всякой иной мифологии. Кроме того, в предыдущем мы уже увидели, что все относительные типы мифологии, как базированные на каком-нибудь одном принципе абсолютной мифологии, получают точнейшую диалектическую

³⁶ Барт Р. Указ. соч. С. 233-234.

классификацию, поскольку и все принципы абсолютной мифологии продуманы нами диалектически. Раз абсолютная мифология будет построена диалектически, это значит, что тем самым уже дана диалектическая классификация всех возможных мифологий вообще, ибо каждая отдельная мифология делает не что иное, как берет один из принципов абсолютной мифологии»³⁷. Он отмечает, что для мифологии не всегда существуют одинаково благоприятные условия. Возможна мифология, которая ни с какой стороны, ни в каком отношении не встречает препятствий для своего существования и развития, она существует как единственно возможная картина мира. Не следует представлять, что миф – это нечто искусственное, фантастическое, «миф – необходимейшая – прямо нужно сказать, трансцендентально необходимая категория мысли и жизни; и в нем нет ровно ничего случайного, ненужного, произвольного, выдуманного или фантастического. Это – подлинная и максимально конкретная реальность»³⁸. А. Ф. Лосев представляет мифогенез как исторически единый процесс, дифференцирует его по фазам (античное, средневековое, новое мифотворчество). Основополагающей существенной чертой мифа он считал конкретно-чувственное выражение мифологического содержания, означающее мифа имеет чувственную реальность, в отличие от означающего языка, имеющее сугубо психическую природу. Однако означающее мифа двулико: оно представляется как смысл, заполненный чувственной реальностью, как форма, которая в то же время пуста. Когда смысл становится формой по отношению к мифу, он утрачивает свою конкретность, опустошается и обедняется. Смысл, превращаясь в форму, соотносится с концептом мифа. Если это соотношение Р. Барт называет «деформацией смысла», то А. Лосев – «мифологической отрешенностью» от частного смысла вещи. У Р. Барта мы обнаруживаем аналогичное наблюдение: обеднение смысла при понимании его как формы. Отрешение от частного

³⁷ Лосев А. Ф. Философия. Мифология. Культура. М.: Политиздат, 1991. С. 172-173.

³⁸ Лосев А. Ф. Диалектика мифа. М.: Мысль, 2001. С. 35-37.

смысла у А. Ф. Лосева связано с воплощением в конкретно-чувственной вещи более общего смысла, у Р. Барта – опустошенная форма должна заполниться новым мифологическим значением. То, к чему А. Ф. Лосев приходит в результате диалектического анализа мифа, Р. Барт обнаруживает благодаря семиотическому анализу. А. Ф. Лосевым было выделено реальное взаимодействие субъекта познания мифа с самим мифом (диалектика мифа). Он показывает, что «принципиальным отличием мифа от науки является наличие субъекта. Наука не может указать на субъект познания науки или создателя научной теории. Миф есть противоположность этому, «если не указывает на автора, то он сам всегда есть некий субъект»³⁹. Присутствие субъекта в мифе А. Ф. Лосев и Р. Барт раскрывают по-разному. Однако без присутствия субъекта миф сам по себе невозможен. Идеи мифологической отрешенности А. Лосева и деформации Р. Барта заставляют признать, что к мифу неприменимы рациональные требования непротиворечивости. А. Ф. Лосев аргументирует это тем, что рационалистические требования раскрываются как раз на том смысловом уровне, от которого отрешается мифологическое сознание. Следовательно, к мифологии необходимо предъявлять свои мифологические, а не рационалистические требования. Подход Р. Барта отличается как от диалектики мифа А. Ф. Лосева, так и от творческой герменевтики М. Элиаде. А. Ф. Лосев с помощью диалектического метода онтологически раскрывает смысловую сущность мифа, М. Элиаде герменевтически погружается в сам миф, раскрывая его историчность, его реальность для сознания человека.

Основа каждого периода истории – свой политический миф. Когда политический миф обрастает рациональной аргументацией и на нем выстраивается политическая доктрина, то он превращается в политическую мифологию /идеологию. Например, миф о Золотом веке, о наступлении эры блаженного социального бытия, К. Маркс приводит в соответствие с

³⁹ Лосев А. Ф. Указ. соч. С. 26.

логическими законами мышления, создает теоретическую основу новой политической мифологии. В. И. Ленин возвысил его до уровня универсальных символов, архетипов, идей, которые обладали наибольшим постоянством и действенностью, максимальным потенциалом для психоаналитической эволюции. К. Г. Юнг называет подобное явление психологическим механизмом, преобразующим энергию в символ, который придает архетипу дополнительное значение, напрямую связывая его со структурой психики. Подобные архетипы «представляют собой нуминозные структурные элементы психики и обладают определенной автономией, а также психической энергией, дающей им возможность притягивать из сознательной части души наиболее подходящие для них содержания. Символы действуют в качестве преобразователей, их функция состоит в том, чтобы превращать «низшую» форму либидо в «высшую». Речь идет не об унаследованных идеях, а о врожденной предрасположенности вырабатывать параллельные образы, об идентичных психических структурах, общих для всех людей, которые К. Юнг позднее назвал «архетипами коллективного бессознательного». Они соответствуют понятию «схемы поведения» в биологии». Он также утверждает, что архетипы не представляют чего-либо внешнего, не-психического, хотя они, конечно, обязаны конкретностью своей образности впечатлениям, полученным извне. «Скорее, независимо от внешних форм, которые они приобретают, иногда даже по прямому контрасту с этими формами они представляют жизнь, сущность надиндивидуальной души (психики). Иными словами, существует область, промежуточная между единичностью и одиночеством индивидуальной души и разнообразием вселенной: между *res cogitans* и *res extensa* («мыслящей вещью» и «протяженной вещью») Декарта; эта область есть образ мира в душе и образ души в мире, иначе говоря, «место действия» символизма в сферах, подготовленных для этого архетипами, каковые присутствуют всегда. «Проблема лишь в том, воспринимает их сознание или нет»⁴⁰.

⁴⁰ Юнг К. Г. Архетип и символ. М.: Ренессанс, 1991. С. 109.

Повторение архетипа, как отмечает М. Элиаде, есть единственно правильный способ взаимодействия с сакральным: «Предмет или действие становятся реальным и лишь в той мере, в какой они имитируют или повторяют архетип»⁴¹. То есть характерная черта классического мифа – выступать как средство осуществления социальной власти, как фактор, определяющий многие параметры ее ограничений: он остается на уровне смыслового и интерпретационного контекста, представляет собой организованное коммуникацией коллективное знание, которое обеспечивает совмещение когнитивных, познавательных горизонтов индивида, членов группы, а иногда и социума в целом; его нельзя сводить только к слову или иному демонстрируемому артефакту, он служит для утверждения средств осуществления власти, социальных льгот, ретроспективной демонстрации моделей поведения. Мифологическая реальность зависит от адекватности ее программы требованиям социума и продуктивности диалога между властью и обществом: архетипы создавали основы системного восприятия мира, собственной личности и других людей, они нейтральны в отношении категорий добра и зла.

Историко-культурное направление изучения мифов представлено в трудах российских исследователей: А. Н. Веселовского, Ф. В. Кессиди, М. А. Лифшица, Е. М. Мелетинского, А. А. Потебня и др.; социально-философское направление в исследованиях Э. Я. Баталова, А. В. Гулыги, А. Я. Гуревича, И. М. Дьяконова, А. Ф. Косарева, А. Ф. Лосева, М. И. Стеблин-Каменского, В. Н. Топорова, А. В. Млечко, А. В. Ульяновского, Н. А. Хренова, М. А. Эпштейна, Е. Г. Яковлева и др., семиотический метод в исследовании мифа предпринимали ученые О. М. Фрейденберг, В. Я. Пропп. Миф исследовался с позиций психологических и нейрофизиологических основ существования структур мифологического опыта, представлений об особенностях первобытного

⁴¹ Элиаде М. Космос и история. М.: Прогресс, 1987. С. 55.

мышления, его социальных функций, вариантов социального лидерства, как неотъемлемой стороны духовного самоопределения личности, выражения экзистенциальной природы лидерства, художественно-эстетических особенностей и символического характера нарративных структур, изложения взаимосвязанных событий, репрезентированных в художественных текстах. Все это позволило возвести миф в ранг стойких духовных образований.

В политической литературе до середины 70-х гг. прошлого века проблемы мифологизации и мифотворчества обсуждались с идеологических позиций, миф рассматривался как феномен, присущий исключительно буржуазному и добуржуазному обществу, миф интерпретировался как система сознательной лжи и фальсификаций, утверждалось, что в условиях социалистического общественного строя исключена возможность возникновения социальной мифологии и мифотворчества.

Общественные реалии были таковы: миф является интегральной, неотделимой частью общества, так как человек не имеет будущего без мифа, без мифологии, без веры, а мобилизующие мифы составляют один из факторов его существования. Мобилизующий миф оказывался могущественной силой, двигавшей поведением, помыслами людей, нежели объективные реальности. Он уже выступает не как сумма, не как система «наивных» рассказов древних, а как определенная форма мировоззрения, влекущая за собой определенный тип деятельности. Основные характеристики социально-политических мифов довольно широко освещены в работах отечественных и зарубежных исследователей, однако зачастую обходились стороной вопросы, связанные с детерминантами, определениями современного мифотворчества. Представляется важным определить, что же является собой процесс мифотворчества и мифологизации, кто они, творцы – заказчики современных мифов, какие социально-политические цели ими преследуются. Большинство современных исследователей трактуют мифотворчество как процесс фабрикации и внедрения в общественное

сознание социально-политических мифов – иллюзорных моделей действительности. По мнению Э. Кассирера, техника мифотворчества изменилась: «Миф создается согласно плану. Новые мифы не возникают мимоходом, они не являются продуктом необузданного представления. Наоборот, они являются искусственными образованиями, сконструированными ловкими и умелыми «мастерами»⁴². Исследователь А. Н. Кольев определяет мифологизацию как утонченную технологию управления массовым сознанием, фабрику мифов, «которая неустанно продуцирует вполне современные изделия, – создает аудитории, готовые потреблять эту продукцию»⁴³. Немаловажным в этом процессе является факт того, что сознание масс содержит в себе элементы как сознательного, так и бессознательного, именно архетипы в коллективном бессознательном актуализируют в сознании мифологические образы. Массовое сознание по своей природе предрасположено к вере в миф. Мифотворчество и мифологизация оперируют не только эмоционально-образными комплексами, они тяготеют к усложненной мотивировке, обрастая различными обоснованиями, а процесс наиболее результативен в том случае, когда направлен не на отдельного индивида.

Нередко обнаруживается парадоксальная зависимость: чем иллюзорнее построение, тем активнее осуществляется работа мысли, придающая этому заблуждению видимость развернутой истины. Именно это является доказательством того, что в структуре любой системы основное место занимают политические мифы, настроения, символы, а идеологию следует рассматривать как индивидуально-психологическое явление. Эти положения подтверждает концепция проблем политического мифогенеза Э. Кассирера, которая соответствует формальным представлениям о научности и политологичности анализа феноменов жизни социума. Он полагал, что

⁴²Кассирер Э. Опыт о человеке// Мистика, религия, наука. М.: Гардарика, 1998. С. 386.

⁴³Кольев А. Н. Политическая мифология: реализация социального опыта. М.: Логос. 2003. С.16-25.

«человек не может жить в мире строгих фактов или сообразно со своими желаниями и потребностями. Он живет скорее среди воображаемых эмоций, в надеждах и страхах, среди собственных фантазий и грез»⁴⁴. Необходим некий посредник, который бы помог человеку воспринять эту символическую реальность, одну из ее форм – миф. Важно также отметить, что «миф имеет, так сказать, двойное лицо. С одной стороны, он показывает нам концептуальную структуру, с другой – перцептивную, имеющую отношение к чувственному восприятию. Миф – не скопление неупорядоченных и бессвязных идей; он зависит от определенной формы восприятия»⁴⁵. При этом «вполне очевидно, что все попытки интеллектуализировать миф – объяснить его как некое аллегорическое выражение теоретической или эстетической истины – оказались совершенно несостоятельными. Эти попытки проигнорировали главное – мифологическое переживание. Действительным основанием для мифа является не мышление, а чувство. Миф и первобытная религия ни в коем случае не являются чем-то совершенно бессвязным, они не лишены здравого смысла или рассудка. Их связанность в большей мере зависит от единства чувств, чем от логических правил»⁴⁶.

Рассматриваемая научная позиция Э. Кассирера ценна, поскольку она призывает определять человека не как «рациональное животное», а как «символическое животное», так как «разум» – очень неадекватный термин для всеохватывающего обозначения форм человеческой культурной жизни во всем ее богатстве и разнообразии»⁴⁷. Он доказывает, что архаический миф и современные политические мифы универсальны, тождественны по основным параметрам, допускает принципиальное сходство конструкции современных и древних политических процессов на том основании, что и те

⁴⁴ Кассирер Э. Указ. соч. С. 471.

⁴⁵ Там же. С. 386

⁴⁶ Там же. С.393.

⁴⁷ Кассирер Э. Указ. соч. С. 472.

и другие противостоят норме цивилизованного состояния европейских обществ. Политический миф как бы восполняет недостатки господствующих идеологических конструкций, которые обнаруживаются в периоды социально-политических кризисов. Существует большая совокупность мифов, которые создают иллюзорное представление о реальной действительности. Авторитет в этой области И. М. Дьяков утверждает, что «мифы – это попытки осмыслить явления мира и как бы вжиться в них с помощью эмоциональных и логических ассоциаций, причем ввиду ограниченности общественной практики большинство ассоциаций, строящихся по семантическим рядам, оказываются по большей части отдаленными и не поддающимися проверке. Однако мысль человека, даже не вооруженная достаточными знаниями, интуитивно распознает закономерность и известную упорядоченность явлений природы»⁴⁸.

Следовательно, духовная система современного общества включает в себя политические мифы, которые характеризуются эмоциональной архаической составляющей, рациональными качествами. Политический миф, рассматриваемый нами в рамках концепции социокультурного кризиса, осмысливается как инструмент манипуляции общественным сознанием и как часть идеологии, регулирующей духовную жизнь общества. При этом важной исследовательской проблемой является слабо аргументированный подход к анализу мифа как существенного фактора взаимодействия в политической сфере применительно к российской политической практике. В этом процессе практически не изучена специфика мифологического воздействия на общественно-политическое сознание и поведение граждан под влиянием медийных каналов.

С учетом исследуемых теоретических подходов выделяется структура мифа, содержащая три базисных элемента: архетип, символ и ритуал.

⁴⁸ Дьяконов И. М. Предисловие // Мифология древнего мира. М.: Наука, 1977. С. 14-15.

Концепцией коллективного бессознательного являются прообразы (фигура, человек или событие), повторяющиеся на протяжении всей истории, на бессознательном уровне закрепляющиеся в социокоммуникативные образы. Если в архаические времена приобщенность к национальным, социально-групповым, профессионально-кастовым мифологическим комплексам объединяла людей с разным жизненным опытом, политическими взглядами, уровнем образования, то миф являлся показателем состояния политической культуры общества в целом. В современной политической мифологии представление мифов иллюзией, мечтой, неким идеалом, который не имеет отношения к реальной жизни, является предпосылками последствий осознанного разрыва реального и воображаемого. Политический уровень является доминирующим.

Переживаемый мифологический подъем связан с тем, что в ситуации социальной модернизации, напряженности или нестабильности рациональная организация общества не может поддерживаться только за счет собственных внутренних ресурсов. Эти причины создают благоприятные условия для возвращения мифов в социально-политическую сферу общества. Каждое очередное поколение творит свои, разработанные для достижения четко определенных политических целей, ограниченные временем и пространством мифы, основа которых – политические реалии прошлого и настоящего. Повторение вечных мифов означает, что политические процессы находятся в кругу одних и тех же устремлений, перемежаемых полосами исторического развития, в ходе которого одни идеалы реализуются, другие исчезают. Соответствующий набор символов, мифов воздействует на восприятие человеком информации, транслируемой СМИ. С их помощью укореняется вера в существующий строй, вызываются позитивно-негативные эмоции. Угроза негативных эмоций возобладает в том случае, если этому строю что-либо угрожает, только тогда будет наблюдаться психологическое

воздействие негативных эмоционально окрашенных моделей, так как создаваемое ими влияние достаточно глубоко.

Наиболее общими факторами мифотворчества и мифологизации выступают культурная традиция, идеология и массовая культура. При этом каждая из них порождает особый способ манифестации мифологизма, особую мифогенную модель коммуникационных отношений. Политическая власть, как отрасль знания, систематизирующая факты по законам логико-силлогического мышления, в этом случае не разоблачает мифы, порожденные в различные временные отрезки, при разных политических обстоятельствах, она их демифологизирует. Мифы различаются не только своей направленностью, но и тем содержанием, которое в них отражается, а также временем их становления:

- они не исчезают;
- они становятся частью регулятивной деятельности личности;
- они формируют ценностные ориентации и поведение;
- они создают определенное представление о прошлом;
- они влияют на восприятие окружающей действительности.

То есть это уже не только способ воздействия на сознание, а условие, от которого зависит состояние общества в будущем, так как, помимо формирующих функций сознания, ему присущи функции разрушения личности. Мифотворчество создает картину мира в общественном сознании и в различных условиях могут интерпретироваться различным образом. «Искусство мифологии определяется своеобразием своего материала. Основная масса этого материала, сохранявшаяся традицией с незапамятной древности, содержалась в повествованиях о богах и богоподобных существах, героических битвах и путешествиях в подземный мир – повествованиях («мифологема» – вот лучшее древнегреческое слово для их обозначения), которые всем хорошо известны, но которые далеки от

окончательного оформления и продолжают служить материалом для нового творчества. Мифология есть движение этого материала: это нечто застывшее и мобильное, субстанциональное и всё же не статичное, способное к трансформации⁴⁹. Отечественные и зарубежные ученые выделяют целый набор мифотворческих приемов. Первым, кто дал подробное описание техникам политического мифа, был Э. Кассирер. Он выделяет три основных приема «техники производства политических мифов»: изменение функций языка (магическое использование слова), обряды, пророчества. Усиление функций языка состоит в намеренном усилении политическим субъектом-мифотворцем эмоциональной функции языка, в котором логическое было превращено в слово магическое. Таким образом, при использовании мифологем изначально заложена апелляция не к разумным доводам, а к сверхрациональным ценностям, т.е. к слову «магическому». «Магическое слово не описывает вещи или отношения между вещами; оно стремится производить действия и изменять явления природы»⁵⁰.

Среди наиболее распространенных элементов мифологического сюжетосложения следует отметить мифологему, мифему, «обломок» мифа, потерявших свои аборигенные характеристики и функции, принадлежащие по происхождению данной территории, коренные по происхождению. Мифологема вовлекается в фольклорный текст, в котором воспринимается как выдумка, образное украшение или сюжетная схема, которая уже стала традиционной⁵¹. Мифологема – термин, используемый для обозначения мифологических сюжетов, сцен, образов, характеризующихся глобальностью, универсальностью и имеющих широкое распространение в культурах народов мира. Примеры: мифологема первочеловека, Богиня-

⁴⁹ Юнг К. Г. Душа и миф: шесть архетипов. М.: Издательство: Port - Royal, Совершенство, 1997. С. 13.

⁵⁰ Кассирер Э. Техника современных политических мифов // Вестник МГУ. Сер. 7. Философия. 1990. № 2. С. 160-166.

⁵¹ Кобылко Н. А. Мифологема как ключевое понятие мифокритики: современные подходы // Современная филология: материалы III междунар. науч. конф. (г. Уфа, июнь 2014 г.). Уфа: Лето, 2014. С. 4-6.

мать, женщина-судьба, золотой век, рай и др. Понятие было введено в научный оборот К. Г. Юнгом и К. Кереньи. Мифологему можно представить как многоуровневый структурированный набор элементов, каждый из которых обозначает тот или иной аспект мифа как единого когнитивного целого, «осколки мифа». Мифологемы приближаются к метафоре политической направленности. Являясь частью мифа, именно они наполнялись социально значимым содержанием, напр., мифологема башни: величайшие ученые и мыслители наделяются качествами, выводящими их за пределы человеческих ограничений. Отсюда самое подходящее место для уединения мудреца – башня – ни земля, ни небо. Человек в башне удаляется от мирского и приближается к божественному⁵²; мифологема горы: если смотреть с горы вниз, то она, постепенно расширяясь, символизирует множественность, расширение универсума, распад и материализацию. Поэтому «вершина мировой горы является не только наивысшей точкой земли, но также ее пупом, точкой, где творение имеет свое начало» (М. Элиаде). Величайшим символом горы после смерти Ленина становится Мавзолей, к вершине которого допускались избранные и др.⁵³. Их

⁵² Громов Е. С. Сталин: власть и искусство. М.: Республика, 1998. С.177-178.

⁵³ Мифологема звезды: сила тяготения звезд в советском обществе представлялась как узы, стягивающие живой микрокосм в макрокосме. Она также символизирует харизматическую энергию и мощь одной личности; мифологему золота. «Будучи желтым металлом, ассоциируется с солнечной энергией и огнем. Символ солнечного света и Божественного разума. Мифологема «символическое рождение»: данный образ активно использовался в связи с началом каких-то действий (пуск электростанции, электропуга, трактора). Мифологема Земли: она – великая мать, дающая и отнимающая жизнь (Родина-мать, Мать-земля). Мифологема знамени: во время войн Красное знамя было символом не только пролитой крови рабочих и крестьян, но и знаком воинских подразделений Красной, а потом и Советской Армии; мифологему крови. С древних времен кровь – это символ места души и жизненных сил. Она тесно взаимодействует с огнем и солнцем. Замыкает собой цветовой ряд в хроматическом аспекте. Эта символика активно использовалась в условиях экстремальных ситуаций. Мифологема имени: советская идеология не могла не затронуть и сферу ноуменальную, в особенности такую ее важную часть, как теория имени и его влияния на человека. Для этого смещается акцент с личного имени, данного при рождении, на инициатическое, введенное в практику из посвящения. Личное имя становилось простым идентификатором, о его значении заботиться уже было не нужно, зато имя общественное стало чрезвычайно ранимым, требующим постоянного самопожертвования для поддержания его чистоты). Мифологема огня: символика огня получила глубинное измерение, поскольку огонь есть метафора для описания самого Бога

наполнение в политической коммуникации может модифицироваться по-разному, но общие свойства этих констант останутся неизменными. Эти мифологемные константы и являются центром, вокруг которого выстраивается (стихийно или искусственно) определенная политическая мифология в различных ее модификациях. Наполнение мифологем новым содержанием представляет собой перенос архетипических образов на реальные объекты бытия. Мифологема является ближайшим каналом актуализации архетипов, что позволяет ей быть эффективным инструментом воздействия на общественное сознание. Под воздействием мифологизации и мифотворчества люди начинают действовать в соответствии заложенными в них бессознательными программами поведения.

В последнее десятилетие при изучении национальной политической мифологии все большее внимание исследователей привлекают отдельные аспекты феномена политического мифа, рассматриваемого в рамках концепции социокультурного кризиса. Этой проблеме посвящены труды Э. Я. Баталова, И. М. Дьяконова, Т. В. Евгеньевой, С. Г. Кара-Мурзы, В. Н. Келасьева, А. Н. Кольева, А. М. Лобок, Г. В. Осипова, В. С. Полосина, А. В. Ульяновского, Н. А. Хренова, С. К. Шайхитдиновой, Н. И. Шестова и др. Проблемы функционирования СМИ, как инструментов трансляции политического мифа, частично затрагиваются в исследованиях Л. Д. Гудкова, Б. В. Дубина, А. А. Евдокимова, С. Г. Кара-Мурзы, И. И. Кравченко,

(Яхве – огонь рождающий). Образ огня активно использовался в революционных призывах («Негасимое пламя революции»). Мифологема отца: в древнем мире вопрос о жизни и смерти новорожденного решал отец. Если отец брал его на колени, то ребенок принимался в семью и отец соглашался взять на себя заботу о нем. Дети, которые не признавались, подкидывались или умерщвлялись. Мифологема серпа: серп Луны – убывающей и нарастающей – символ разрушительной работы времени. Безносая и костлявая смерть изображается с серпом или косой. Серп – орудие крестьянского труда. Серп и молот – эмблема пролетарского государства. Расчленение единства серпа и молота – это явный отход от догматов партии. Мифологема Солнца: героический образ, король неба, солнце сообщает энергию всем планетам. Ядро солнечного символизма – героическая или отважная сила, творческая и направляющая. Солнце поддерживает жизнь в явленном мире и др. - Фоли Дж. Энциклопедия символов, знаков, эмблем. М.: Вече АСТ. 196. С. 429.

Д. В. Олышанского, Г. Г. Почепцова, В. В. Прозорова, А. Г. Рихтера, А. К. Уледова, А. М. Цуладзе, И. М. Чудиновой, Н. И. Шестова, Н. Г. Щербининой и др. Логика их рассуждений приводит к следующему: мифологическое сознание как специфическая форма общественного сознания продолжает существовать на современном этапе развития человечества, оно активно задействовано в структуру политических мифов, является убедительной, соответствующей ранее установленным фактам. Человек воспринимает миф как повествование, совокупность фантастически изображающих действительность идей, трансформаций структур мифологического опыта – это не просто пережиток, это реакция на последствия все возрастающих модернизационных процессов, происходящих в современном обществе. Политические мифы современной эпохи существенно отличаются от классических мифов ранних исторических эпох: они появляются не спонтанно, а имеют причину возникновения, связанную с социально-политическими условиями существования, действуют в сфере политического сознания, выступают идеологическим основанием внутренней и внешней политики, просматривается их классовое содержание. В связи с этим исследователь К. С. Гаджиев отмечает, что в экстремальных, кризисных состояниях миф – это творческий процесс, а не естественный процесс выработки мифологом для организации политической жизни общества на всех этапах. Его живучесть и веру он объясняет, тем, что «классический миф, как правило, не сочинялся каким-либо конкретным автором, он формировался как бы спонтанно, обкатываясь и выкристаллизовываясь в народном сознании множества поколений людей. Современный же миф частью специально конструируется и сознательно внедряется в массовое сознание»⁵⁴. Это утверждение предполагает, что отечественные исследователи имеют новые, аргументированные подходы к раскрытию теории вопроса, к пониманию общности свойств и этапов мифотворчества и мифологизации. Политический миф характеризуется уже

⁵⁴ Гаджиев К. С. Масса. Миф. Государство // Вопросы философии. 2006. № 6. С. 5.

не только стремлением ввести новое, непривычное в уже существующую систему представлений, но и создать известного рода удобства в обращении со сложными данностями. В этом отношении миф близок к тому, что можно назвать в языке, по мнению Д. С. Лихачева, «концептами» – своего рода алгебраическими «заместителями сложных значений»⁵⁵. Его позицию развивают исследователи А. Ф. Косарев: «уставшие от неустроенности, беспорядка и неопределенности люди готовы поверить и «чуду», которое им обещают. Мифы в такой ситуации плодятся и умирают с необыкновенной скоростью»⁵⁶ и А. Н. Кольев: «Политическое пространство в массовом сознании дискретно, поскольку проявляется лишь в связи с наполняющими его событиями. Политическое время только в рамках научного подхода имеет выделенное направление, а изменения считаются необратимыми. Массовое сознание, напротив, чаёт кроме новизны (хорошо забытого старого) и возврата «золотого века», и оживления политических персонажей, и подобия (воплощения) их в новых политических фигурантах»⁵⁷.

Следовательно, качества мифического пространства и времени аналогичны соответствующим качествам в представлениях человека о власти, обществе и государстве. Поэтому «миф являет собой «архетипическую конструкцию, спроецированную в сферу самоорганизации общества и народа. Эта связь с архетипом подчеркивает произвольность мифотворчества, его взаимодействие с объективно существующим строем мысли, заложенным в архетипе»⁵⁸. При этом «политический миф требует ответа на конкретный вопрос – вечный (как в религии) или сиюминутный, преходящий, но все-таки связанный с бессознательным устремлением массы. Этот миф отличается от лжемифа, в котором сопереживание лишь

⁵⁵ Лихачев Д. С. Очерки по философии художественного творчества. СПб.: Рус.Балт. Информ. Центр БЛИЦ, 1999. С.6-7.

⁵⁶ Косарев А. Ф. Философия мифа. Мифологизация и ее эвристическое значение. М.: СПб: Per Se; Унт-ская книга, 2000 С. 8.

⁵⁷ Кольев А. Н. Указ. соч. С. 64-65.

⁵⁸ Там же. С. 75.

имитируется путем воздействия какого-то раздражителя»⁵⁹. И утверждает, что для «одной политической силы является несомненной истиной, то для ее политических противников будет не более чем мифом, используемым для завоеваний симпатий электората»⁶⁰. С другой стороны, современный миф также выступает не как сумма, не как система «наивных» рассказов древних, а как определенная форма мировоззрения, влекущая за собой определенный тип деятельности. Исследователь Н. И. Шестов в монографии, посвященной становлению мифологии, государственных институтов, политическому лидерству, доказывает и обосновывает ряд возможных изменений в традиционных для науки представлениях о социальном и политическом мифотворчестве, позволяющем конструировать мифологическое измерение политических процессов различного масштаба и длительности: «реальная связь социально-политической мифологии может быть выявлена по историческим и современным источникам: летописям, актам, документам личного происхождения, программным документам партии, публицистике и т.д., в которых век за веком отражена интеллектуальная работа российского социума по созданию стереотипов, характеризующих свойства национальной политической жизни в прошлом, настоящем, а также в перспективе»⁶¹. Это трудноуловимое явление, так как непросто соблюсти точность понятийного аппарата и границу между научным анализом и публицистической полемикой. Проявление активности политических символов в кризисных фазах развития политических процессов затихает в условиях стабилизации общества. Следовательно, миф как форму социального творчества можно характеризовать «как форму политической творческой активности, содержанием которой является конструирование стереотипных представлений о политических реалиях прошлого и настоящего»⁶²,

⁵⁹ Кольев А.Н. Указ. соч. С. 75.

⁶⁰ Там же. С. 75.

⁶¹ Шестов Н. И. Политический миф теперь и прежде / Под ред. проф. А.И. Демидова. М.: ОЛМА ПРЕСС, 2005. С.19.-20.

⁶² Там же. С. 79.

мифологичность сосредоточивается на власти и становится ее стержнем. При этом, в отличие от своего архаического прародителя, миф не возникает естественно, а конструируется с ориентацией на запросы масс. Соответственно, причастность к национальным, социально-групповым, профессионально-кастовым мифологическим комплексам, как к неременной части цивилизации, объединяет людей с разным жизненным опытом, политическими взглядами, уровнем образования.

Мифологическое восприятие массовым сознанием новых политических реалий обуславливает вариативность политических процессов в разных цивилизованных системах. Этим объясняется тот факт, что мифология, одна из форм строения реальности, столь активно врывается в политику. Если миф – это неverified знание, то, по мнению исследователя Л. Е. Бляхера, он предстает истиной, потому что он миф. «Его не компрометирует никакая совокупность фактов, предъявленных индивиду. На этом, в частности, основана устойчивость «ложных» смыслов и механизмов смыслоозначения. Например, образ «добротого царя», одна из ключевых мифологем российской социальной жизни, отнюдь не разрушается при столкновении с «не очень добрым царем». Более того, этот механизм сохраняется, даже если указанный образ создать не удастся»⁶³. Автор прав, утверждая, миф – принципиально контрафактичная структура. Его не может опровергнуть или скомпрометировать никакая совокупность фактов, предъявляемых индивиду и/или (часто) обществу. Миф отмечает противоречия ради блаженного чувства безопасности, примирения бесконечной власти человека над природой и фатальной неизбежностью сакрального, которую он пока не в состоянии устранить. Миф, прообраз которого – миф архаический, одна из чрезвычайно сложных реальностей культуры, его можно изучать, интерпретировать в самых многочисленных и взаимодополняющих аспектах. Утверждение исследователя предполагает, что духовная система

⁶³ Бляхер Л. Е. Политические мифы Дальнего Востока // Полис. 2004. № 5. С. 28.

современного общества включает в себя политические мифы, которые характеризуются не только эмоциональной архаической составляющей, но и рациональными качествами. В этом смысле миф – не «слово», а образец, далеко не всегда артикулируемый напрямую, при этом он достаточно часто остаётся на уровне смыслового фона и интерпретационного контекста. Именно наличие последнего позволяет группе осуществлять совместную деятельность, несмотря на различие целей и мотивировок. Именно поэтому миф нельзя сводить к слову или иному демонстрируемому артефакту, так как он представляет собой сложный и целостный смысловой комплекс.

Исследователь Э. А. Галумов считает, что «сам по себе миф есть вымышленный рассказ, представляющий социальные и природные явления в наивно-олицетворенной форме. Хотя это наиболее ранняя форма духовной культуры человечества, мифами наполнена и нынешняя жизнь. Они играют в ней заметную роль»⁶⁴. Идея автора о том, что человек, в том числе и современный, зачастую не сознавая того, живет в мире мифов, «идеальных существей, является достаточно доказательной и убедительной.

Таким образом, архетипичность мифа, роль психологических процессов в возникновении тех или иных образно-мифологических комплексов, проблема долговременности предрассудков, незащищенность, хрупкость человеческого существования может быть выражена аллегорическими, символическими, метафорическими способностями мироощущения. Если классический мифологический опыт в древности представлял собой средство организации политического и социокультурного пространства, структуры которого конституировали это пространство, оказывались более могущественными силами, двигавшими поведением, помыслами людей, нежели самые объективные реальности, то современный политический миф вбирает в себя черты идеологии в политике и формообразующей культуры во всех сферах современного общества. С учетом исследуемых теоретических подходов структура мифа содержит три

⁶⁴ Галумов Э. А. Основы PR. М.: ИД «Летопись XXI века», 2004. С. 133.

базисных элемента: архетип, символ и ритуал. Концепцией коллективного бессознательного являются прообразы (фигура, человек или событие), повторяющиеся на протяжении всей истории, которые на бессознательном уровне закрепляются в социокоммуникативные образы. Как форма миф злоупотребляет экспрессивностью языка, но способен существовать в современных условиях и дает ключ к разгадке способов идеологического воздействия как тоталитарной, так и демократической структур, утверждающих свою незыблемость. В итоге коммуникация уступает место манипуляции. В. П. Пугачев, А. И. Соловьев, исследуя теорию и практику политического манипулирования, приходят к выводу, что она получила достаточно глубокую научную разработку и широкое применение. Общая технология глобального общегосударственного манипулирования основывается на систематическом внедрении в массовое сознание социально-политических мифов – иллюзорных идей, утверждающих определенные ценности и нормы и воспринимаемых преимущественно на веру, без рационального, критического осмысления⁶⁵. С одной стороны, мифы «фундамент всей иллюзорной картины мира, создаваемой манипуляторами», с другой – несущими конструкциями коммунистической системы выступали мифы: «о частной собственности как главном источнике социального зла, о неизбежности краха капитализма и торжества коммунизма, о руководящей роли рабочего класса и его коммунистической партии, о единственном верном социальном учении – теории марксизма-ленинизма»⁶⁶.

Мифы в современной политической жизни изменчивы в такой же мере, в какой этими качествами обладает реально совершающийся политический процесс. У мифа есть своя история, настоящее и прогнозируемое будущее. В советском обществе (1917–1991 гг.) господствовал пролетарский

⁶⁵ Пугачев В. П. Средства массовой коммуникации в современном политическом процессе // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12, Политические науки. 1995. № 5. С. 5-8; Соловьев А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Полис. 2002. № 3; Политические коммуникации. М., 2004. С. 5-12.

⁶⁶ Соловьев А. И. Указ. соч. С.11.

милленаристский миф, сопровождающий любую сакрализацию 1000-летнего периода времени. Основа милленаризма – убеждения, взгляды, теории религиозной, социальной или политической группы или движения в кардинальных преобразованиях общества, связанных с тысячелетними циклами. Милленаристский советский миф соответствовал логическим законам, логосу коммунистического и капиталистического мышления, содержал внутри себя две составные политической мифологии: демиургическое и трикстерское. Демиургическая составная советской мифологии милленаристского коммунизма характерна для периода строительства, расцвета и частичного пересмотра милленаристского советского мифа (1917–1991 годы). Трикстерская составная – переориентация милленаристского советского мифа под требования милленаристского капитализма (1991 по 2000 год). Поэтому дистанцирование в структуре предмета политологического анализа современной политической мифологии от предшествующих форм не имеет смысла. Это утверждение одновременно предполагает, что специфику политического мифа следует искать в исторически сложившихся национальных механизмах, в исторической памяти народа, в механизмах подключения этой информации к обслуживанию запросов политического процесса⁶⁷. Следует также подчеркнуть, что мифы активно востребуются, они не исчезают, становятся частью регулятивной деятельности личности, формируют ценностные ориентации и поведение, создают определенное представление о прошлом и влияют на восприятие окружающей действительности, различаются не только своей направленностью, но и содержанием, которое в них отражается, а также по времени становления. Миф не только способ воздействия на сознание, но он и условие, от которого

⁶⁷ Чиндин И. Постмилленаризм или бриколаж // <http://www.russ.ru/Mirovaya-povestka/Postmillenarizm-ili-brikolazh>

зависит состояние общества в будущем, он не только формирует сознание, но и разрушает личность, так как существует огромная совокупность мифов, которые создают иллюзорное представление о реальной действительности. Политический миф служит важным показателем состояния политической культуры общества в целом, так как на современном этапе главенствующее место занимают универсальные идеи и ценности, так как создают некоторый современный фон, с которым сравниваются структура и содержание идейного обеспечения политических процессов в различных государствах. Упомянутая специфика предопределена массивом социально-мифологических представлений о политической реальности.

Если экономические отношения на ранних стадиях существования общества не являлись преобладающими, выступали областью скопления политических, социальных и сакральных престижей, основанных на структурах мифологического опыта, то рыночная ситуация создала предпосылки разрушения политической, духовной системы современного общества, вытеснения сакральных ценностей и замены их на денежные отношения, трансформирования форм мифов.

Транслирование политических мифов в медийном пространстве активизируют эмоциональную дестабилизацию. Мифологическое сознание в советском и постсоветском обществе представляется как основной способ объяснения и понимания происходящих преобразований, а понимание идеологии как социальной мифологии было связано с нарастанием в ней элементов иррационализма, с дискредитацией разума как средства познания общественных процессов. Если раньше миф примирял бесконечную власть человека над природой и фатальной неизбежностью сакрального, которую он не в состоянии был устранить, становился одной из чрезвычайно сложных реальностей культуры, которую можно изучать, интерпретировать в самых многочисленных и взаимодополняющих аспектах, то мифотворчество и мифологизация современной реальности медийными каналами становится

основой политики. Она обозначается следующим образом: идеологизация действительности, сакрализация вождей, героизация событий и деяний отдельных исторических лиц, обращение к низменным инстинктам и психологии масс, опора на жесткую власть и насилие, борьба против общего врага. Исследователи выделяют следующие характеристики политического мифа: его аксиоматичность, стремление быть простым и однозначным (политические дихотомии: «мы – они», «наши – ваши», «правительственные – либеральные» и т.д.); неverifiedируемость, принципиальная непроверяемость и недоказуемость мифа, связанная с не критичностью мифологического сознания и его нечувствительностью к логическим противоречиям; «узнаваемость» заложенной в мифе информации; опора на неосознаваемые аудиторией, весьма жесткие стереотипные конструкции; соответствие мифа ожиданиям общества; стремление мифа корректно использовать правду и выдумку, дозировать реальное событие и придуманное, настоящий документ и фальсифицированный, истинные и иллюзорные мотивы; миф не является неправдой, он выступает «полуправдой», «полуложью»; превалирование в мифе образно-эмоциональных начал.

Функции новейших российских политических мифов сводятся к следующему: они внедряют в сознание индивида веру в ценности, предлагаемые партиями власти, скрывают факты государственного насилия и оправдывают его, добиваются равнодушного отношения масс к правящему политическому режиму, формируют позитивное отношение населения страны к внешней и внутренней политике и т.п. Транслирование мифологии через массовые коммуникации основывается на том, что определенные поступки и рассуждения индивида связываются создателем мифа якобы с одними потребностями. Но на самом деле за ними стоят другие, которые и управляют индивидом. Мотив такой смещенной потребности является мифом. Особенность такой мифологии заключена в том простом факте, что

одни и те же потребности можно удовлетворять, предлагая потребителю разные мотивы.

ВЫВОДЫ. Проведенное исследование форм, содержания, статуса мифа в классической и современной науке позволяет сделать следующие выводы. В политической литературе до середины 70-х гг. прошлого века миф рассматривался как феномен, присущий исключительно буржуазному и добуржуазному обществу. Миф интерпретировался как система сознательной лжи и фальсификаций, утверждалось, что в условиях социалистического общественного строя исключена возможность возникновения социальной мифологии и мифотворчества, исследовался с позиций психологических и нейрофизиологических основ существования структур мифологического опыта, представлений об особенностях первобытного мышления, его социальных функций, вариантов социального лидерства, как неотъемлемой стороны духовного самоопределения личности, выражения экзистенциальной природы лидерства, художественно-эстетических особенностей и символического характера нарративных структур, изложения взаимосвязанных событий, репрезентированных в художественных текстах. Миф был возведен в ранг стойких духовных образований.

В советском обществе (1917–1991 гг.) господствовал милленаристский миф, сопровождающий любую сакрализацию 1000-летнего периода времени. Основа милленаризма – убеждения, взгляды, теории религиозной, социальной или политической группы или движения в кардинальных преобразованиях общества, связанных с тысячелетними циклами. Милленаристский советский миф соответствовал логическим законам, логосу коммунистического и капиталистического мышления, содержал внутри себя две составные: демиургическое и трикстерское. Демиургическая составная советской мифологии милленаристского коммунизма характерна для периода строительства, расцвета и частичного пересмотра милленаристского советского мифа (1917–1991 годы). Трикстерская составная –

переориентация милленаристского советского мифа под требования милленаристского капитализма (1991 по 2000 год).

Мифологизация реальности через медийные каналы являлась элементом политики, выражалась в идеологизации/мифологизации действительности, сакрализации вождей, героизации событий и деяний отдельных исторических лиц, обращалась к низменным инстинктам и психологии масс. СМИ – великие манипуляторы, мифотворческая природа которых с разной степенью проявляется при любых политических режимах, они создавали заданную реальность, конструировали и воспроизводили ее. Миф выступал не столько инструментом манипуляции, сколько «несущей конструкцией», задающей параметры отграничения «своего пространства» от «чужого», что на языке политического процесса отличает друга от врага.

Милленаристский советский миф и его демиургическая и трикстерская составные через каналы СМИ интегрировались в контекст национального историко-политического процесса. Он наполнялся положительным содержанием, стимулируя необходимые процессы и события (избирательные, правительственные и партийные программы, вера в успех, в реальность планов и т.д.). Но он мог иметь и крайне негативный смысл, насыщаться предрассудками и стимулировать крайний экстремизм.

Сутью милленаристского советского мифа, его демиургической составной являлось идеологическое воздействие на общественное сознание, характеризующееся превратным толкованием фактов, способом и содержанием латентного идеологического влияния. Миф злоупотреблял экспрессивностью языка, но он способен существовать в современных условиях и дает ключ к разгадке способов идеологического воздействия как тоталитарной, так и демократической структур, утверждающих свою незыблемость. В итоге мифологизация уступала место манипуляции. Общая технология глобального общегосударственного манипулирования основывалась на систематическом внедрении в массовое сознание

социально-политических мифов – иллюзорных идей, утверждающих определенные ценности и нормы и воспринимаемых преимущественно на веру, без рационального, критического осмысления. Мифы являлись фундаментом всей иллюзорной картины мира, создаваемой манипуляторами, несущие конструкциями коммунистической системы

Трикстерская составная – переориентация милленаристского советского мифа под требования милленаристского капитализма (1991 по 2000 год) свидетельствует о разрыве управления и политического процесса: он может наполняться положительным содержанием, стимулируя необходимые процессы и события (избирательные, правительственные и партийные программы, вера в успех, в реальность планов и т.д.), но он может иметь крайне негативный смысл, насыщаться предрассудками и стимулировать крайний экстремизм.

Понимание идеологии как социальной мифологии связано с нарастанием в ней элементов иррационализма, с дискредитацией разума как средства познания общественных процессов. Следовательно, миф примирял бесконечную власть человека над природой и фатальной неизбежностью сакрального, которую он пока не в состоянии устранить, становился одной из чрезвычайно сложных реальностей культуры, которую можно изучать, интерпретировать в многочисленных и взаимодополняющих аспектах.

Если экономические отношения на ранних стадиях существования общества не являлись преобладающими, выступали областью скопления политических, социальных и сакральных престижей, основанных на структурах мифологического опыта, то рыночная ситуация создала предпосылки разрушения политической, духовной системы современного общества, вытеснения сакральных ценностей и замены их на денежные отношения, трансформирования форм мифов. Транслирование мифологии основывается на том, что определенные поступки и рассуждения индивида

связываются создателем мифа якобы с одними потребностями. Но на самом деле за ними стоят другие, которые и управляют индивидом. Мотив такой смещенной потребности является мифом. Особенность такой мифологии заключена в том, что одни и те же потребности можно удовлетворять, предлагая потребителю разные мотивы.

Время измеряется памятью, поэтому немаловажным аспектом мифотворчества является возрождение исторической памяти общества, важнейшей составляющей самоидентификации индивида, социальной группы и общества в целом. Новое тысячелетие, ознаменованное созданием Российской Федерации, транслирует бриколаж мифического творчества, состоящий из «осколков» прошедших идеологий советской и российской государственности, миллениаристского мифа, его демиургической и трикстерской составных, заканчивающих свое существование. Старая политическая парадигма разрушена.

1.2. Трансляционные возможности массовых коммуникаций – каналов внедрения мифов

С начала прошлого века и до конца 40-х гг. массовые коммуникации исследователями описывались как пассивные реципиенты сообщений, оказывающие прямое, целенаправленное воздействие на аудиторию. Эмпирические исследования эффектов массовой коммуникации не проводились, концепции были построены на основе умозрительных заключений. В 60-70-е годы теоретические разработки ученых в области массовых коммуникаций связывались с «буржуазностью» явления. Серьезные изменения привнесли 90-е годы, в научный оборот был введен термин «массовая коммуникация», обозначающий передачу семантически значимой в политическом контексте информации через печатные и электронные СМИ, через организации, через неформальные каналы. Неограниченные и многообразные трансляционные возможности массовых коммуникаций, средств массовой информации были взяты на вооружение

властными структурами для внедрения мифотворчества в сознание отдельного человека и общества в целом, для изменения восприятия окружающей реальности.

Комплексное исследование политического мифотворчества, существенного свойства функционирования печатной прессы, раскрытие механизма взаимосвязи между информационными, политическими явлениями и мифотворчеством средств массовой информации, выявление мифологических проблем, возникающих при взаимообмене политической информацией в коммуникационной цепочке, невозможно проводить без анализа теоретических подходов к осмыслению феномена массовых коммуникаций, сложного и многогранного института, призванного реализовывать многообразные задачи информирования. При этом существует водораздел между исследованиями теории коммуникаций в социологии и традиций исследования средств массовой информации и журналистики. По утверждению И. И. Засурского, «в первом случае предметом изучения является вся совокупность общественной коммуникации, тогда как во втором из всего многообразия социальной, групповой и межличностной коммуникации исследуется только циркуляция информации по каналам, имеющим массовую аудиторию, которая собирается и передается с помощью журналистов»⁶⁸.

Процесс «массовой коммуникации» не есть синоним «масс-медиа». Исследователь Д. МакКуэйл считает, что «масс-медиа» – это организованные технологии, обеспечивающие возможность массовой коммуникации. Существуют и другие распространенные способы применения технологий медиа и иные типы взаимоотношений, осуществляемые посредством одних и тех же коммуникационных сетей. Например, основные формы и технологии «массовой» коммуникации остаются теми же при использовании в газете или на радио сугубо местного назначения. Масс-медиа могут быть также использованы в личных, частных или организационных целях. Те же самые

⁶⁸ Засурский И. И. Масс-медиа второй республики. М.: изд-во Моск. ун-та, 1999, С.40.

медиа, что несут общедоступные сообщения широкой публике в общественных интересах, могут также передавать личные объявления, пропагандистские сообщения, просьбы о милосердии, рекламу и много других видов разнообразной информации. Этот момент особенно важен во время конвергенции коммуникационных технологий, при которой границы между публичной и частной, широкомасштабной и индивидуальной коммуникационными сетями все больше стираются»⁶⁹.

Исследователь Г. С. Мельник под термином «массовая коммуникация» понимает «особую форму общения больших социальных групп, осуществляемую посредством технических каналов связи и знаковой системы. Общение коммуникатора с аудиторией в условиях массовой коммуникации опосредовано пространством и временем, потому представляет собой отсроченную обратную связь и любые идеи приводит к среднему общезначимому уровню восприятия»⁷⁰. Массовая коммуникация связана с задачами информационных коммуникаций, их гуманитарными аспектами, с развитием любых информационных средств и систем, с формами и результатами их воздействия на общественную жизнь, а также с мифотворчеством.

Зарубежный исследовательский опыт по данной проблеме представлен трудами, дающими теоретические обоснования модели, структуры и функций коммуникативного процесса, статуса коммуникантов в политике, раскрывающими сущность и логику политических процессов: Н. Винера (теория информации); Дж. Клаппера (концепция функциональных особенностей СМИ, «теория подкрепления»); Э. Ноэль-Нойман («спираль молчания»), Дж. Цаллера (истинное значение СМИ в формировании установок граждан); Г. Лассуэлла (пятивопросная модель информационно-

⁶⁹ МакКуэйл Д. Журналистика и общество. М.: Медиа Мир; Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2013. 74 с.

⁷⁰ Мельник Г. С. Массовая коммуникация как фактор политического влияния: автореф. дисс. ... д-ра полит. наук: 23.00.03. СПб., 1998

массовой коммуникации); П. Лазарсфельда (изучение факторов, влияющих на формирование электорального поведения.); С. Ленарта (СМИ имеют монополии на информационные потоки, действуют вместе с межличностной коммуникаций); М. Харрона и У. Миллера (СМИ важны в ситуации слабо выраженной идентификации; когда они освещают новые, ранее неизвестные темы и сферы политики; при значительном охвате аудитории и при использовании как можно большего числа выразительных средств; когда люди редко обсуждают политику); Ф. Сиберта, Т. Питерсона, У. Шрамма (СМИ «четвертая власть» и инструмент власти); Д. Маккуйэла (теория для медиаразвития, теория демократического участия (партиципарная); О. Тоффлера (знания и информация становятся важнейшим ресурсом власти); Р. Ж. Шварценберга (знаки и символы в политических текстах). Рассматриваемые научные работы ценны тем, что в них дается глубокий подход к раскрытию теории вопроса, исследуется эволюция базовых моделей политической коммуникации, раскрываются и осмысливаются связи между процессами и явлениями информационного обмена, частично затрагивается специфика мифотворчества как особая форма ментальности, транслируемая коммуникационными каналами.

Проблема мифотворчества, транслируемого средствами массовой информации, затрагивается в работах У. Липпмана (массовые коммуникации строятся на внедрении в сознание людей ценностей в виде системы стереотипов – стандартов поведения, социальных мифов, политических иллюзий); Г. Шиллера (возможности идеологического подчинения масс при помощи мифотворчества и мифологизации); Ж. Бодрийяра, (посредством массовых коммуникаций, трансляторов мифосимволики, осуществляется власть над массой, которая предстает в качестве разряженной атмосферы).

Исследователь Ж. Бодрийяр ставит под сомнение роль новых коммуникаций в качестве проводника и утверждает, что их характерная черта – представлять в качестве антипроводника. Они не транзитивны, они

антикоммуникативны, если принять определение коммуникации как обмена, как пространства взаимосвязи слова и ответа, они не обладают психологической и моральной ответственностью, выступают в личностной корреляции одной и другой стороны в процессе обмена. «Вся современная архитектура медиа являет собой то, что навсегда запрещает ответ, что делает невозможным процесс обмена (разве только в формах симуляции ответа, которые сами оказываются интегрированными в процесс передачи информации, что, однако, ничего не меняет в однонаправленности коммуникации). Именно в этом их подлинная абстракция. И именно на этой абстракции основывается система социального контроля власти»⁷¹. Логика рассуждений Ж. Бодрийяра приводит нас к следующему: человек массы функционирует как потребитель, это его главное предназначение. Посредством коммуникаций, широко транслирующих мифы, осуществляется власть над массой, которая предстает в качестве разряженной атмосферы. Коммуникации в этом процессе только лишь регулируют энергию масс в заданное русло.

Теоретической основой концепции влияния массовых коммуникаций на политические процессы послужили работы известного американского социолога и журналиста У. Липпмана. Ее центральной идеей стало рассуждение о том, что мир политики для нас не достижим, находится вне поля нашего зрения и сознания. Развивая эту мысль, У. Липпман писал о всеисилии массовой коммуникации и массовой информации, транслирующих нам мир. Он считал их воздействие на аудиторию непосредственным, осязаемым, прямонаправленным и связанным с формированием готовых представлений о политическом процессе и его субъектах. Данный подход действовал в рамках бихевиористской модели, оперирующей понятиями «стимул – реакция», применение которой к средствам массовой информации

⁷¹ Бодрийяр Ж. Реквием по масс-медиа. М.; СПб.: Альманах российско-французского центра социологии и философии ин-та социологии РАН, 1999. С. 193-226.

означало, что за их воздействием на аудиторию должна следовать немедленная и непосредственная ожидаемая и прогнозируемая реакция. Вследствие этого, меня определенным образом сообщения, можно вызвать желаемую реакцию аудитории. В результате развития массовая коммуникация образует новый тип реальности – медиареальность, которую он охарактеризовал как технологию создания этой реальности: «Производство одной общей воли из множества общих желаний состоит в основном в использовании символов, которые выбирают эмоции после того, как они отделены от идей, которые они несли». Отличительной особенностью медиареальности можно считать то, что проверить правдивость и подлинность транслируемой информации довольно сложно, а зачастую вообще невозможно. Для конструирования этой реальности могут применяться разнообразные техники и методы, например: фальсификация, неверная интерпретация, а также замалчивание или недостаточное освещение главных событий. В условиях информационного общества наиболее важным становится именно третий из вышеобозначенных способов формирования псевдореальности, поскольку информации так много, что ее невозможно воспринять и осмыслить в полном объеме. Поэтому принципиально важным становится то, какую информацию предоставляют массовые коммуникации, а о какой умалчивают. Особым образом отобранная и частично интерпретированная информация и составляет тот мир (медиареальность), в котором живет типичный потребитель масс-медиа, не желающий прикладывать никаких собственных усилий, чтобы анализировать поступающую ему информацию. Так постепенно возникает и ширится слой людей, «желающих быть обманутыми»⁷². Он доказал возможности идеологического подчинения масс посредством мифологического, ввел понятие, постулировавшее наличие неких «когнитивных карт», опосредующих и направляющих процесс социального познания⁷³. Для

⁷² Липпман У. Общественное мнение. М.: Изд-во фонда «Общественное мнение». 384 с.

⁷³ Там же. С. 256 .

У. Липпмана мир политики недостижим, а мир медиареальности, транслирующий его нам, всемогущ. Он считал воздействие массовых коммуникаций на аудиторию непосредственным, осязаемым, связанным с формированием готовых представлений, стереотипов о политическом процессе и его субъектах. Меняя сообщения в необходимом властью направлении, можно вызвать желаемую реакцию. Стереотипы схематизированные, эмоционально окрашенные воспринимаются без доказательств, в качестве аксиомы о том или ином субъекте политики, социальном или политическом явлении. Они, исторически сложившийся итоговый продукт, являются важным условием успеха любой политической деятельности. Их информационно-пропагандистское влияние строится на внедрении в сознание людей ценностей в виде системы стереотипов, стандартов поведения, социальных мифов, политических иллюзий. Стереотипы приближены к мифам, активно действуют в разных политических режимах, функционируют с помощью слов-символов, которые в действительности довольно бессодержательны. Их разрушение происходит под влиянием обыденного опыта, эмоциональной реакции на изменение политической действительности, они не уничтожаются, а заменяются другими. Стандартизация явления становится нормой, законом. Таким образом, основа пропаганды – стереотипизация, психологическое воздействие с помощью создания иллюзорных стереотипов, мифологизация, технология управления массовым сознанием. Выдвигаемая У. Липпманом концепция стереотипов опирается на рефлекторный характер психической деятельности: человек сначала представляет мир, а потом уже видит его, поскольку «реальная действительность слишком обширна, сложна и изменчива, для непосредственного знакомства с ней человек перестраивает окружающий мир по простой модели, разграничивает внешний мир на «картинки в головах», подчеркивает их неадекватность, указывает на иллюзорный характер стереотипов. Процесс познания, восприятия нового – это процесс подведения, механической подгонки еще неизвестного явления,

факта под устойчивую общую формулу, миф, символ, которые удерживаются в глубинах индивидуального или массового сознания, желаемое выдается за действительное, невозможное за возможное. Миф, символ – это самообман человека или народа, индивидуальная или коллективная добровольная иллюзия. У. Липпман сумел доказать роль и значение эмоциональных и иррациональных факторов в формировании общественного мнения, узаконил универсальное значение стереотипов и мифов. Он допускал, что человеческие поступки основываются не на прямом и очевидном знании, а «на картинах», мифообразах, стереотипах, которые индивид рисует сам или получает от кого-то другого. В этих «картинах» мир отличается от реального, беспорядочного: он расчленен на категории, и категориям присвоены ярлыки. Этот «внутренний» мир субъективен и недостоверен, но он обозримый, устойчивый, в нем можно ориентироваться и действовать. Эти положения, по его мнению, влияют на определение места СМИ в формировании общественного мнения. Устойчивость мифа, символа, стереотипа способствует их превращению в ярлык, предрассудок, так как, воспринимая мир, человек не способен «объять необъятное». Преодолевая разнообразие мира, человек воспринимает только то, что ожидают воспринять его стереотипы. Это творческий процесс распознавания знакомого в новом, превращения его в новое знакомое. Он начинается в ходе первичной социализации с освоения опыта взрослых воспитателей и продолжается всю жизнь. Так происходят распространение, укоренение и социальная синхронизация мифов, символов, стереотипов. Они приобретают характер очевидности и несомненности, вплоть до главного мифа и стереотипа, охватывающего все системы, известного под названием «социальная реальность».

Содержательное богатство и сила понятия «миф», «стереотип» проявляются в текстах, транслируемых коммуникационными каналами. Через них проясняется природа сил притяжения внутри социальных групп,

участники которых спаяны общими системами мифов, стереотипов и сходным образом идентифицируют как «внешний мир», так и смысл групп. Мифы и стереотипы характеризуются устойчивостью и сопротивляемостью к изменениям, проявляемым в виде защитных эмоциональных реакций. У. Липпман предлагает нестандартный вариант решения актуальной проблемы: центральным является вопрос о том, как формируется именно Общественное Мнение, на котором зиждется демократически устроенное общество. Главная проблема, считает он, состоит в том, «как добиться того, чтобы в обществе Общественное Мнение формировалось, влияло и учитывалось бы разумно и рационально, будь то сферы управления или политики»⁷⁴. В противоположном случае, внедрив в сознание людей те или иные убеждения и установки, манипулятор получает возможность изменить отношение реципиента к реальности независимо от его социального опыта.

Теоретические обоснования У. Липпмана роли эмоциональных и иррациональных факторов в формировании общественного мнения и транслирования его каналами массовых коммуникаций были продолжены Г. Шиллером. Свой подход к исследованию этого феномена он доказывает на возможностях идеологического подчинения масс при помощи мифотворчества и мифологизации: «Мифы создаются для того, чтобы держать людей в повиновении. Когда их удастся незаметно внедрить в сознание масс, как это делает культурно-информационный аппарат, мифы обретают огромную силу, ибо большинство людей не подозревают о происходящей манипуляции»⁷⁵. В этом случае «манипулятором» выступает власть, «политическая элита», при этом через СМИ органы власти стараются «навязать» обществу, массам определенные смыслы, побудить к действию, повысить свою авторитетность или, напротив, снизить политический вес своих оппонентов. Подобная схема особенно актуальна в период выборов:

⁷⁴ Липпман У. Указ. соч. С. 258.

⁷⁵ Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М.: Мысль, 1980. С. 42.

коммуникационные каналы создают сказочный образ, имидж кандидата, который может оказать максимально положительное воздействие на электорат. Политическая борьба выигрывается теми, кому удалось через информационные каналы побудить большинство избирателей сделать выбор в свою пользу.

Исследователь вычленяет информационно-пропагандистский комплекс из других социально-экономических институтов, анализирует все его составные части, показывает их роль в манипулировании сознанием и самом процессе манипулирования, которое он называет «расфасованным сознанием». В частности, он утверждает, что, используя объясняющие, оправдывающие, порой даже воспевающие условия жизни, мифы-манипуляторы обеспечивают широкую поддержку такому социальному строю, который не отвечает истинным долгосрочным интересам большинства. Манипуляция – не первое в ряду средств, используемых правящей элитой для достижения социального контроля. Способов манипуляции много, но главным, считает он, «является контроль на всех уровнях над информационным аппаратом и аппаратом формирования идей. Это гарантируется действием простого правила рыночной экономики. Владеть и управлять информационными каналами, как и всеми прочими видами собственности, могут лишь те, в чьих руках капитал. Радио- и телевизионные станции, газеты и журналы, киноиндустрия и издательства принадлежат корпоративным системам и информационным конгломератам. Аппарат всегда готов к активному, доминирующему участию в манипулятивном процессе»⁷⁶. Он выделяет пять пропагандистских мифов: миф об индивидуализме и личном выборе, о нейтралитете; о неизменной природе человека; об отсутствии социальных конфликтов; о плюрализме средств массовой информации. Выделение этих направлений призвано замаскировать классовый характер буржуазной пропаганды и общества,

⁷⁶ Шиллер Г. Указ. соч. С. 20, 22.

раскрывает систему манипулирования сознанием. Эти направления дают представление о личном выборе, осуществляемом в условиях культурно-информационного разнообразия. При этом информационные монополии ограничивают информационный выбор во всех сферах своей деятельности. Они предлагают одну версию действительности – свою собственную. В категорию подобных средств информации исследователь относит национальные газеты, журналы и фильмы. Эти условия информационного плюрализма, лишенного разнообразия, делают такой могущественной доминирующую систему программирования сознания. Многоканальный информационный поток заставляет верить в иллюзорное понятие свободного информационного выбора, но основной его целью является постоянное закрепление существующего статус-кво. «Аналогичные побудители, исходящие из якобы разнообразных источников, создают у слушателей (зрителей) и читателей представление о неуправляемой, относительно свободной и вполне естественной информации. Получение прибыли – главная цель информационных конгломератов, остается для потребителей образов индустрии культуры некой незримой абстракцией. Средства массовой информации стараются не привлекать внимание аудитории к самому факту своего существования и к методам их работы»⁷⁷. В качестве важнейших приемов воздействия на сознание аудитории он выделяет фрагментацию информационного потока, которая лишает аудиторию возможности воспринять картину мира в целом.

Г. Шиллер доказывает, что стремление как можно быстрее сообщить о событиях активно используется в целях манипулирования сознанием. Чем больше информационных источников, тем очевидно больше информационных сообщений и раздражителей. «Зрелища, новости, информации и сообщения выбираются из одной информационной

⁷⁷ Шиллер Г. Указ. соч. С. 36-37, 39.

кладовой»⁷⁸. Абсолютизация оперативности и ее фрагментарность открывают серьезную и опасную возможность для искажения сообщений и для оправдания этих искажений, следовательно, для самого откровенного манипулирования сознанием. Значительную роль в процессе манипулирования играют методы, формирующие сознание: дробление и немедленность передачи информации. Как важнейшую сторону процесса манипулирования Г. Шиллер рассматривал пассивность восприятия, в котором видит главную цель манипуляторов сознанием: средства массовой информации не только не стремятся привлечь аудиторию к участию в их деятельности, а наоборот, воспитывают у них пассивное, потребительское отношение. «Цель СМИ не возбудить, а уменьшить озабоченность социальными и экономическими реальностями. Однако благодаря стараниям многочисленных, но лишь поверхностно отличающихся друг от друга СМИ сознание большинства людей с самого детства надежно запрограммировано»⁷⁹. Такого состояния индивида и стремится добиться вся система в целом, так как именно пассивность гарантирует ее сохранение. Процессы создания и сбора информации завершают процесс ее распространения, а доминирующие интересы экономики определяют характер информационного потока и управляют им. Правительство выступает в роли пропагандиста, агента по связям с общественностью, манипулятором информацией, а правительственная информация – источник наживы. Концепция манипулирования сознанием выявляет классовую природу этого процесса.

Исследователь также выдвигает вопрос о путях противодействия манипуляторам сознания, мифотворцам. Он усматривает их в развитии информации, ее рабочей силы, журналистов и сотрудников технических служб, в росте скептического отношения рабочего класса к современной социальной системе, в появлении независимых информационных изданий,

⁷⁸ Шиллер Г. Указ. соч. С. 38.

⁷⁹ Там же. С. 41.

пытающихся противостоять информационно-пропагандистской промышленности в целом. Г. Шиллер не только констатирует факты манипулирования сознанием, но выявляет определенные пути противодействия и подвергает глубокой критике концепцию «свободного потока информации», которая означает оправдание информационной экспансии. Главное средство противодействия информационно-пропагандистской экспансии, считает он, – это разработка национальной политики в области СМИ. Это важнейший шаг в борьбе против культурного и социального господства во всех его формах, старых и новых. Исследователь провозглашает возможность улучшения деятельности коммуникаций вне реальностей социально-экономической и политической жизни, а это, в свою очередь, предполагает абсолютизацию СМИ.

Политическое манипулирование представляет собой скрытое управление политическим сознанием и поведением людей, принуждение их действовать вопреки собственным интересам. Наличие политических мифов в обществе существенно упрощает процесс воздействия на общественное сознание. Г. Шиллер выделил пять мифов, создание и поддержание которых обеспечивает прочный фундамент для реализации манипулятивных технологий: миф о плюрализме средств массовой информации (несмотря на существование различных СМИ, их многообразие – это всего лишь иллюзия. На самом деле все СМИ взаимосвязаны и контролируются небольшой группой людей); миф о неизменной природе человека (СМИ активно навязывают точку зрения о том, что агрессия и конфликтность заложены в самой человеческой природе. Это позволяет оправдывать применение силы для разрешения конфликтных ситуаций в обществе); миф об отсутствии социальных конфликтов (конфликт предстает как нечто индивидуальное); миф о нейтралитете основных политических и общественных институтов (для наибольшего успеха манипуляции необходимо создать фальшивую реальность, где она не будет заметна. Люди должны верить в

непогрешимость основных институтов власти); миф об индивидуализме и свободном выборе (основой свободы, в западном понимании, является наличие у человека индивидуального выбора. Концепция индивидуализма позволяет, с одной стороны, оберегать право частной собственности на средства производства, а с другой – выступает гарантом индивидуального состояния). Выделяя эти направления, призванные замаскировать истинные цели манипуляторов, Г.Шиллер наглядно показал, как информационные средства способны эффективно манипулировать общественным сознанием.

Массовые коммуникации располагают различными технологиями воздействия на общественное сознание, и эти технологии постоянно совершенствуются. Они могут быть основаны на эмоциональном, психологическом, убеждающем, манипулятивном и другом воздействии. Особое значение уделяется логосфере, так как язык является одним из мощнейших средств влияния на общественное сознание.

Попадание главных пропагандистских каналов под контроль экономических, политических господствующих групп означает существенную деформацию демократии. Высоко оценивая теоретические исследования Г. Шиллера, его критику определенных моментов политики в области информации (например, СМИ сыграли важнейшую роль в процессе создания человека массы, толпы), нельзя не отметить тот факт, что он не видел реальных путей организации, которые бы поставили их на службу народу. Показав и доказав функциональное предназначение СМИ как инструмента манипулирования сознанием, возможности идеологического подчинения масс при помощи мифотворчества и мифологизации, Г. Шиллер не сумел показать, что эта система является к тому же одним из инструментов в укреплении господства экономических, политических господствующих групп.

Особое значение в контексте рассматриваемой проблематики имеют теоретические работы в области социальной коммуникации, массово-

коммуникационных процессов, механизмов и результатов воздействия на сознание людей мифотворчества, транслируемого СМИ, монографии и статьи исследователей информационно-коммуникационных технологий: М. Г. Анохина, М. Ю. Павлютенковой (опыт информационно-коммуникационных технологий в политике), В. М. Березина (массовая коммуникация: сущность, каналы, действия), И. А. Василенко (информационные ресурсы власти), М. С. Вершинина (политическая коммуникация в информационном обществе), М. Н. Грачева (теоретические концепции, модели и векторы развития политической коммуникации), С. Г. Кара-Мурзы (массовые коммуникации и манипуляция сознанием), Б. И. Кретьова (массовые коммуникации – как элемент политической системы общества), В. В. Латынова (массовая коммуникация – предел политического влияния), М. М. Назарова (массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований); Т. В. Науменко (массовые коммуникации в политической структуре общества), Г. Г. Почепцова (теория и практика коммуникаций); В. П. Пугачева (СМК в современном политическом процессе), А. И. Соловьева (проблемы теоретической идентификации политической коммуникации), А. М. Цуладзе (коммуникативные структуры – трансляторы мифов) и др.⁸⁰ К достоинствам

⁸⁰ Анохин М. Г., Павлютенкова М. Ю. Информационно-коммуникационные технологии в политике // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер.: Политология. 1999. № 1. С. 40-52; Березин В. М. Массовая коммуникация; сущность, каналы, действия. М., 2003. 174 с.; Василенко И. А. Политические процессы на рубеже культур. М.: Эдиториал УРСС, 1998. 210 с.; Вершинин М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе. СПб., 2001. 253 с.; Грачев М. Н. Политическая коммуникация. Теоретические концепции, модели, векторы развития. Дисс. д-ра полит. наук. М., 2005. 428 с.; Засурский И. И. Масс-медиа второй республики. М., 2001. 288 с.; Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием-2. – М.: Эксмо: Алгоритм, 2009. – 528 с.; Кретов Б. И. Средства массовой коммуникации – элемент политической системы общества // Социально-гуманитарные знания. 2001. № 1. С. 110-115; Латынов В. В. Массовая коммуникация: пределы политического влияния. М., МНУЦ, 2000. 110 с.; Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практик исследований. М., 2002. 240 с.; Науменко Т. В. Массовые коммуникации в политической структуре общества // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12, Политические науки. 2003. № 3. С. 102-116; Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. М., REFL book, 1999. 349 с.; Пугачев В. П. Средства массовой коммуникации в современном политическом процессе // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12, Политические науки. 1995. № 5. С. 5-8; Соловьев, А. И. Политические

этих работ можно отнести наличие большого объема результатов исследований, идеи авторов являются убедительными, соответствующими введенным в научный оборот фактам.

Фундаментальный подход к исследованию коммуникационных процессов характеризует монографию М. Н. Грачева «Политическая коммуникация, теоретические концепции, модели, векторы развития»⁸¹. Автор доказывает правомерность подходов, пытающихся найти решение коммуникационных проблем, в рациональных началах конституционной организации властно-управленческих отношений; в иррациональном, в харизматических качествах личности того или иного политического лидера. При этом он признает, что в формирующемся информационном обществе значительную, если не ключевую роль играют другие факторы. Он уточняет понятия «политическая информация» и «политически значимая информация». Первое понятие соотносится с содержанием сообщений о явлениях, фактах и событиях, происходящих в политической сфере общества. Объем второго понятия охватывает содержание всей совокупности сообщений, которые изменяют состояние политических акторов в процессе их общественно-политической деятельности, направленной на завоевание, удержание или использование власти. «По своей объективной природе информационные технологии должны способствовать демократизации всех сторон общественной жизни. При этом ошибочно отрицать реальную возможность концентрации управления информационными потоками в руках достаточно узкого круга лиц, ставящих перед собой задачу направленного воздействия на массовое сознание, манипулирование им в политических целях»⁸². Этими факторами выступают коммуникационные возможности и

коммуникации; Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Полис. 2002. № 3. С. 7-15; . Политические коммуникации. М., 2004. С. 5-12; Цуладзе А. М. Политическое манипулирование или покорение толпы. М.: Университет, 1999. 142 с.; и др.

⁸¹ Грачев М. Н. Н Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. М.: «Прометей», 2004. С. 3.

⁸² Грачев М. Н. Указ.соч. С. 3

ресурсы органов государственной власти, политических партий, движений и конкретных политиков. Политическая коммуникация оказывается в числе явлений, которые не укладываются в привычные рамки общесоциологических парадигм. Они претендуют на роль универсальных метатеорий, включающих в себя собственно политологические подходы. По его мнению, классические концепции, обладая известными достоинствами методологического, онтологического и гносеологического порядка, сталкиваются с определенными трудностями при изучении и объяснении коммуникационных феноменов, ставших неотъемлемой частью современного мира. В условиях становления информационного общества анализ проблемы борьбы за власть смещается от традиционной постановки вопроса о власти и собственности на средства материального производства в плоскость борьбы за власть и собственность на средства производства общественного мнения. Все это диктует необходимость пересмотреть устоявшееся понятие «четвертая власть» и трактовать его уже не столько в аллегорическом, сколько в констатирующем и конституирующем смысле⁸³. Использование массовых коммуникаций, контроль над содержанием передаваемых сообщений становится в информационном обществе одним из обязательных условий для удержания, осуществления, а в необходимых случаях и завоевания власти

Исследователь Т. В. Науменко, рассматривая массовые коммуникации в политической структуре общества, анализирует объект массовой коммуникации как состояние массового сознания, которое характеризуется оценочностью общественного мнения. Его формирование посредством внедряемых оценок является целью духовно-практической массово-коммуникативной деятельности, продукты которой удовлетворяют субъектов данной деятельности⁸⁴.

⁸³ Там же. С. 3.

⁸⁴ Науменко Т. В. Массовые коммуникации в политической структуре общества // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12, Политические науки. 2003. № 3. С. 102-116.

Политическая коммуникация, по определению Б. И. Кретьова, отвечает фундаментальным потребностям политической системы. Политическая коммуникация есть процесс передачи политической информации, благодаря которой она циркулирует от одной части политической системы к другой и отвечает фундаментальным потребностям политической системы⁸⁵. Роль СМИ в коммуникационном процессе он оценивает как дестабилизирующую: «Они представляют собой сложный и многогранный институт, состоящий из множества элементов, предназначенных реализовать многообразные задачи информирования населения о происходящих событиях и явлениях в каждой конкретной стране и в мире. В этом качестве СМИ обеспечивают расширенную форму человеческой коммуникации. Результаты многих социологических исследований показывают, что постоянные сообщения СМИ об отклоняющихся от общепринятых в обществе норм, явлениях и событиях порождают у читателей, слушателей, зрителей беспокойство и страх»⁸⁶.

Предметная основа политических коммуникаций, считает А. И. Соловьев, есть частный случай успешной реализации информационных обменов, попыток коммуникатора (например, властных структур) вступить в контакт со своим контрагентом. Ее можно идентифицировать как форму общения, установленную на основе направленной передачи информации, породившей осмысленный ответ на вызов коммуникатора⁸⁷. Определяя суть политической коммуникации, он предлагает другой подход. Он ставит во главу угла её социальность, где основным критерием становится реакция реципиента – «появление «вторичной информации», вызванной к жизни посланием коммуникатора и устанавливающей осмысленный контакт между ним и реципиентом». В этом случае политическую коммуникацию можно

⁸⁵ Кретьов Б. И. Средства массовой коммуникации – элемент политической системы общества // Социально-гуманитарные знания. 2001. № 1. С. 110-115.

⁸⁶ Там же. С. 110-115.

⁸⁷ Соловьев А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации. // Полис. 2002. № 3. С. 7.

расценивать как отдельный, частный случай эффективной реализации информационных обменов, попыток инициатора коммуникации (например, властных структур) установить отношения со своим оппонентом. Следовательно, политическую коммуникацию также можно определить как форму общения, основанную на таком способе передачи информации, результатом которой стал конкретный осмысленный «ответ реципиента на вызов коммуникатора». Использование специализированных структур для организации публично-массового дискурса, логического довода, мыслительной посылки – доминирующая черта политической коммуникации. Институты презентации групповых интересов существовали на всех этапах развития политической жизни. Признавая важность массовых коммуникаций, института СМИ для формирования политических коммуникаций, он приводит доказательства того, что они по природе своей полифункциональны, являются составной частью не только политической сферы общества, но и его экономической инфраструктуры (медиабизнес), а также социальной области (как институт образования и культуры). «СМИ лишь частично выступают политическим инструментом общества и власти, т.е. могут рассматриваться в качестве такового исключительно в плане перемещения политически значимой массовой информации⁸⁸. Идея автора о том, что критерием отнесения СМИ к сфере массовой политической коммуникации должна быть степень их информационной нагрузки в пространстве власти и способность к активизации коммуникативного потенциала, заинтересованного в контактах с властью и населением, является обоснованной и доказуемой.

Синергетический закон эволюционных корреляций утверждает, что в основе воспроизводства политической системы лежат непрерывные коммуникационные процессы. В связи с этим становится возможным распространение в социуме информации о политическом нормативном

⁸⁸ Соловьев А.И. Указ. соч. С. 15.

порядке, узнавании индивидами политических паттернов, сигнализировании о намерениях, интересах, ожиданиях политических акторов и в конечном итоге – воспроизводство в действиях людей политических структур, использование объективированного опыта. Исследователь Г. В. Пушкарева выделяет три группы информационно-коммуникационных процессов, обеспечивающих воспроизводство политической системы: политическая социализация, институализация, легитимация. Она доказывает, что все они представляют собой передачу и обмен информацией между действующими индивидами, но специфика каждой группы механизмов определяется особыми задачами, точнее особым вкладом, который они вносят в укрепление и развитие системы⁸⁹. Информация из состояния ресурсов политики стала ее главной составляющей. Но получение информации осуществляется не единообразно, значимая ее часть остается закрытой, следовательно, домысливаемой. Ссылки на засекреченность информации составляют 47,7 %, на запрет руководства давать информацию – 40,2 %, на неполноту информации – 34 % и т.д. Потоки информации, никем не проверяемые и не контролируемые, мифологизируемые, выбрасываемые в сети Интернет и содержащие любые политические призывы, вымыслы, способны вызывать неадекватную реакцию. В обществе не появились группы и организации, ответственные за поддержание и развитие информационных процессов. В итоге эти процессы не превратились в объективные механизмы, обеспечивающие ориентацию людей на политический нормативный порядок. Подчинение действий человека логике системы не произошло.

Опасностью информационной революции, по мнению И. А. Василенко, является то, что человечество «тонет» в море информации. «Мы производим ежедневно и ежечасно столько статистических данных, формул, образов, документов и деклараций, что не в состоянии их усвоить. И вместо того,

⁸⁹ Пушкарева Г. В. Политическая система: синергетический подход // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12, Политические науки. 2001. № 6. С. 37-38.

чтобы искать новые способы осмысления и переработки информации, все более быстрыми темпами продолжаем производить новую информацию»⁹⁰. Предлагаемый исследователем вариант сводится к тому, что освещение тех или иных событий в разных ракурсах делает восприятие политического процесса дискретным, а преобладание электронных средств массовой информации полностью меняет требования, предъявляемыми ко всем коммуникационным каналам. В сфере осуществления стратегии и тактики социального развития «средства массовой коммуникации выступают в единой роли – как институт, формирующий цели, механизмы их актуализации. Особенности существования средств массовой коммуникации в модернизирующихся социальных системах таковы: наряду с другими социальными институтами, не отличаясь от них функциональными признаками, они репрезентируют своей аудитории альтернативы социально-экономического развития»⁹¹. Поэтому речь должна идти о массово-коммуникативной деятельности, представляющей совокупность определенных социальных действий. Стремительный рост использования новых информационно-коммуникационных технологий должен сопровождаться увеличением степени информационной открытости деятельности социально-политических институтов.

Проблема изучения политико-культурных оснований мифотворческих характеристик массовых коммуникаций как феномена, оказывающего доминирующее воздействие на свойства функционирования печатных СМИ, применительно к советской политической практике затрагивается в исследованиях А. М. Цуладзе⁹². По его мнению, политика и мифология – это коммуникативный процесс. Используемые в качестве инструмента

⁹⁰ Василенко И. А. Информационные ресурсы власти и формирование новой постклассической картины политического мира XXI в. // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12, Политические науки. 2004. № 2. С. 31.

⁹¹ Федотова Л. Н. Социология массовой коммуникации. СПб.,: Питер, 2003. С. 87.

⁹² Цуладзе А. М. Политическая мифология. М.: ЭКСМО, 2003. 383 с.; Политические манипуляции, или Покорение толпы. М.: Книжный дом «Университет», 1999. 144 с.; Большая манипулятивная игра. – М.: Алгоритм, 2000. – 336 с.

политической борьбы СМИ, трансляторы политических мифов оказывают решающее влияние на современное общество. Политическую мифологию он обозначает как прикладную, так как за любым политическим мифом всегда скрыты вполне материальные интересы определенных лиц и групп. Особенность политического мифа состоит в том, что он всегда стремится стать реальностью. Эти его качества эксплуатируют лица и группы, которые заинтересованы в данном мифе. А. М. Цуладзе утверждает, что власть манипулирует людьми – в этом нет никакого секрета. Она делает это открыто через публичные каналы коммуникации, т. е. сам процесс манипулирования вроде бы у всех на виду, при этом миф всегда стремится стать реальностью. Массовое сознание россиян податливо на информационное воздействие. Возможности воздействия массовых коммуникаций на аудиторию, посредством транслирования мифотворчества, не следует недооценивать.

По мнению С. Г. Кара-Мурзы, политические коммуникации внедряют в общественное сознание иллюзорную конструкцию действительности, причем миф может очень долго подменять собой реальность, в результате чего «реципиент воспринимает ее в соответствии с трактовкой мифа и действует, исходя из этого восприятия». Принцип действия мифа в общественном сознании он описывает следующим образом: «Введенный в сознание людей и глубоко там укрепившийся, миф способен длительное время (при наличии определенных предпосылок) подменять собой реальность. В результате реципиент воспринимает ее в соответствии с трактовкой мифа и действует, исходя из этого восприятия. Миф снимает с реципиента необходимость напряженно думать и осмысливать мир вокруг себя. Человеку уже не нужно познавать мир – он берет готовую заготовку, миф и о мире»⁹³.

⁹³ Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием-2. М.: Эксмо: Алгоритм, 2009. С. 196.

Таким образом, можно вести речь о двух парадигмах внедрения массовыми коммуникациями политической мифологии: медиацентрированной и антропоцентрированной. Медиацентрированная парадигма представляет собой направление монологического субъектно-объектного взаимодействия, в которой основное внимание уделяется проблеме информационного воздействия массовых коммуникаций на аудиторию и формирование ложного сознания. Цель антропоцентрированной парадигмы – выявление и описание механизма преобразования человеком природных и социальных предпосылок, культурных и духовных условий в средствах своего развития и саморазвития, манипулятивных стратегий и технологий влияния на сознание и поведение потребителя. Транслируя мифотворчество, современные массовые коммуникации являются мощным средством модификации социального поведения индивидов, корректировки их ценностно-нормативной сферы. Результатом воздействия массовых коммуникаций становится расширение спектра асоциальных форм самовыражения и деформация ценностно-нормативных матриц культуры. Антропоцентрированные парадигмы ориентирует массовые коммуникации на вкусы и предпочтения и потребности аудитории, строятся на удовлетворении потребностей аудитории в процессе использования ею средств массовой коммуникации. Можно утверждать, что это влияние носит «кумулятивный» характер. Воздействие сообщений массовых коммуникаций увеличивается, если оно устойчиво, долговременно и многоканально.

В современном мире массовая коммуникация – инструмент информационно-коммуникационного воздействия, важнейший политический институт общества, системообразующий элемент политического процесса, выполняющий функцию управления общественным сознанием. Транслируя мифотворчество, они одновременно формируют заданное общественное сознание. Данная тенденция позволяет определить массовые коммуникации в качестве системообразующего элемента

политического процесса, где они исполняют функцию управления общественным сознанием

ВЫВОДЫ. В ходе анализа теоретических подходов к осмыслению феномена массовых коммуникаций, сложного и многогранного института, призванного реализовывать многообразные задачи информирования, автор приходит к следующим выводам. Зарубежный исследовательский опыт представлен трудами, в которых содержатся теоретические обоснования моделей, структуры и функций коммуникативного процесса, статус коммуникантов в политике. Это труды Н. Винера; Дж. Клаппера; Э. Ноэль-Нойман, Дж. Цаллера; Г. Лассуэлла; С. Ленарта; М. Харрона, У. Миллера; Ф. Сиберта, Т. Питерсона, У. Шрамма; Д. Маккуйэла; О. Тоффлера; Р. Ж. Шварценберга и др.

Рассматриваемые научные работы ценны тем, что в них исследуется эволюция базовых моделей политической коммуникации, раскрываются и осмысливаются связи между процессами и явлениями информационного обмена, обозначается специфика мифотворчества как форма ментальности, транслируемая коммуникационными каналами. Проблема мифотворчества, транслируемого средствами массовой информации, затрагивается в работах У. Липпмана (массовые коммуникации строятся на внедрении в сознание людей ценностей в виде системы стереотипов – стандартов поведения, социальных мифов, политических иллюзий); Г. Шиллера (возможности идеологического подчинения масс при помощи мифотворчества и мифологизации); Ж. Бодрийяра (посредством массовых коммуникаций, трансляторов мифосимволики, осуществляется власть над массой, которая предстает в качестве разряженной атмосферы).

Логика рассуждений Ж. Бодрийяра, исследующего роль коммуникационных каналов в трансляции мифотворчества, приводит к следующему: человек массы функционирует как потребитель, это его

главное предназначение. Посредством массовых коммуникаций и мифотворчества осуществляется власть над массой, которая предстает в качестве разряженной атмосферы. Коммуникации в этом процессе только лишь регулируют энергию масс в заданное русло. Наиболее продуктивно анализируются возможности эмоциональных и иррациональных факторов в формировании общественного мнения, стереотипов и мифов У. Липпманом. Апеллируя к чувственным, иррациональным, эмоционально-волевым элементам общественного сознания, массовые коммуникации способны организовать поддержку значительными слоями населения тех или иных акций правящих кругов или отдельных заинтересованных групп. Для У. Липпмана мир политики недостижим, а СМИ, транслирующие его нам, всемогущи. Меняя сообщения в необходимом власти направлении, можно вызвать желаемую реакцию.

Стереотипизация, мифологизация, технология управления массовым сознанием – основы пропаганды. Их использование – реальная угроза для граждан, так как они представляют собой скрытое управление политическим сознанием и поведением людей, принуждая их действовать вопреки собственным интересам. Автор анализирует подход Г. Шиллера к исследованию функционального предназначения массовой коммуникации как инструмента манипулирования сознанием, возможности идеологического подчинения масс при помощи мифотворчества и мифологизации. Мифы, внедренные в сознание масс, как это делает культурно-информационный аппарат, обретают огромную силу, люди не подозревают о происходящей манипуляции. Показав функциональное предназначение массовых коммуникаций как инструмента манипулирования сознанием, возможности идеологического подчинения масс при помощи мифотворчества и мифологизации, Г. Шиллер не сумел доказать, что эта система является одним из инструментов в укреплении господства экономических, политических господствующих групп. Попадание главных

СМИ под контроль экономических, политических господствующих групп означает существенную деформацию демократии.

В ходе анализа теоретических работ отечественных исследователей в области социальной коммуникации, массово-коммуникационных процессов, механизмов и результатов воздействия на сознание людей автор приходит к выводу, что при изучении стратегии и тактики социального развития средства массовой коммуникации выступают в единой роли – как институт, формирующий цели, механизмы их актуализации. Политика и мифология – это коммуникативный процесс. Используемые в качестве инструмента политической борьбы массовые коммуникации, трансляторы политических мифов, оказывают колоссальное влияние на современное общество. Мифотворчество в процессе трансляций коммуникационными каналами играет приоритетную роль, модернизируя социальные системы, не отличаясь от них функциональными признаками. Коммуникационные каналы транслируют своей аудитории политические мифы, альтернативы социально-политического развития действительности, работают на заданном уровне доступности информации о событиях и процессах, происходящих в сфере политики.

Можно вести речь о двух парадигмах внедрения массовыми коммуникациями политической мифологии: – медиационной и антропоцентрированной. Медиационная парадигма представляет собой направление монологического субъектно-объектного взаимодействия, в которой основное внимание уделяется проблеме информационного воздействия массовых коммуникаций на аудиторию и формирование ложного сознания. Цель антропоцентрированной парадигмы – выявление и описание механизма преобразования человеком природных и социальных предпосылок, культурных и духовных условий в средствах своего развития и саморазвития, манипулятивных стратегий и технологий влияния на сознание и поведение потребителя. Антропоцентрированные парадигмы ориентирует

массовые коммуникации на вкусы и предпочтения и потребности аудитории, строятся на удовлетворении ее потребностей в процессе использования ею средств массовой коммуникации.

Массовые коммуникации, трансляторы мифотворчества, являются мощным средством модификации социального поведения индивидов, общества, корректировки их ценностно-нормативной сферы. Результатом трансляций мифотворчества коммуникационными каналами становится расширение спектра асоциальных форм самовыражения и деформация ценностно-нормативных матриц культуры. Это влияние носит многократно усиливающийся «кумулятивный» характер, так как воздействие сообщений массовых коммуникаций велико, они обладают устойчивостью, долговременностью, многоканальностью. Массовые коммуникации связаны с гуманитарными аспектами, с развитием информационных средств и систем, с формами и результатами их воздействия на общественную жизнь, с мифотворчеством и мифологизацией. Особенности существования массовой коммуникации в модернизирующихся социальных системах состоят в том, что, не отличаясь от других социальных институтов функциональными признаками, они репрезентируют своей аудитории альтернативы социально-экономического развития, мифотворчество и мифологизацию, играют существенную роль в преобразовании социально-политической действительности, связанной с повышением уровня доступности информации о событиях и процессах, происходящих в сфере политики.

1.3. Мифологема «партийное руководство» – основа теории советской прессы

Успехи СССР в сфере пропаганды, составными частями которой были печать, кинематограф, а позднее – радио, нельзя недооценивать. Доминирующими характеристиками советских средств массовой информации являлись адресная направленность, структурирование системы

в расчете на однородные, гомогенные группы потребителей. Теоретические разработки В. И. Ленина («функции агитатора, пропагандиста, организатора», «газеты должны стать органами партийных организаций», «за всей работой должен следить организованный социалистический пролетариат, всю ее контролировать»⁹⁴, использование средств массовой информации для пропаганды коммунистической идеологии, в качестве механизма управления обществом и содействия экономическому развитию и др.) на десятилетия стали основой теории советской прессы, были возведены в ранг «неприкасаемых».

По мнению известного теоретика Д. Маккуэйла, «во-первых, рабочий класс в социалистическом государстве наделен властью по определению и, чтобы сохранять власть, должен контролировать средства умственного труда. Соответственно все советские «средства массовой информации» должны быть подконтрольны представителям рабочего класса, в первую очередь – Коммунистической партии. Во-вторых, социалистическое общество является или пытается стать бесклассовым и таким образом избежать межклассового конфликта. Поэтому пресса не может участвовать в политических конфликтах. Разногласия и дебаты не должны быть анахроническими, регрессивными или опасными для основ социалистического государственного строя. В-третьих, пресса должна играть позитивную роль в формировании и преобразовании общества в коммунистическое, что предполагает существование важных функций в области социализации, неформального социального контроля в мобилизации для достижения запланированных экономических и политических целей».⁹⁵

Первоначально обязанности партийного руководства прессой пытался взять на себя первый Всероссийский съезд советских журналистов,

⁹⁴ Барабохин Д. А. Профессионально-журналистские издания и руководство печатью в первые годы советской власти // Журналистика. Наука. Образование. Практика. Л., 1971. С.98-112.

⁹⁵ McQuail D. Mass Communicatijn theory 2-nd edition London ,Oaks, New Delhi: SAGE Publications, 1987.P. 118-119.

проходивший 13–16 ноября 1918 г. в Москве. Одним из главных вопросов съезда стали меры по ликвидации всех оппозиционных изданий небольшевистского толка. Но эта мера не избавила прессу от мелочной опеки партийных комитетов на местах. В резолюции, принятой съездом, отмечалось, что центральный совет Союза советских журналистов разрешает вопросы об организации всей советской печати в целом и намечает общие принципы ее деятельности. Функции государственного руководства печатью вместо партийных комитетов берет на себя Центросовет. Подобная постановка организационного вопроса ставила под удар идею партийного руководства. Осуждением действий Центросовета явилась резолюция VIII съезда РКП(б), состоявшегося в марте 1919 года, в которой отмечались недостатки периодических изданий, оторванность от местной, а нередко от общей политической жизни, предлагалось принять меры для возрождения партийного руководства, усиления борьбы за массового читателя⁹⁶. Второй Всероссийский съезд советских журналистов также обсуждал вопрос о партийном руководстве печатью, в его резолюции подчеркивалось, что Центросоюз должен явиться главным партийным органом по руководству и организации прессы и печатной пропаганды. Это предложение, принадлежавшее Ил. Вардину (Мгеладзе), было признано разновидностью гегемонистских тенденций. Ответом ЦК РКП(б) на подобные действия стала дискуссия на страницах газет «Правда» и «Известия», событийным поводом для которой стала статья В.И. Ленина «О характере наших газет». В решениях XI съезда РКП(б) констатировалось, что «резолюция VIII съезда партии о печати, циркуляры ЦК РКП об улучшении местных газет, об учебе журналистов и т.д. местными журналистами не проводились в жизнь»⁹⁷. Называлась причина кризиса: двусмысленное правовое положение печати, зависимость от парткомов и исполкомов, действия которых не ограничивались общим идейным руководством местными газетами, а

⁹⁶ О партийной и советской печати. М.: Правда, 1954. С. 211-212, 249.

⁹⁷ О партийной и советской печати. Указ. соч. С. 249.

сводились к вмешательству в практическую работу. Работники печати не имели своего профессионального объединения, отсутствовал единый центр по руководству и инструктированию прессы⁹⁸. Среди мер, необходимых для улучшения печати, предлагалось восстановить автономность информационных каналов, добиться их независимости от политпросветов, сосредоточения в РОСТА всего руководства и инструктирования печати. При этом в деятельности пролетарской прессы исключалась система партийного руководства, предлагалось образовать самостоятельную, независимую организацию, «единый руководящий орган партии, но стоящий вне контроля партии»⁹⁹. ЦК ВКП(б) отверг эту позицию, в ноябре 1921 г. Оргбюро ЦК РКП(б) утвердило положение, по которому на подотдел печати возлагалось: «осуществление общего руководства провинциальной печатью РСФСР, партийный контроль над деятельностью управления печати Главполитпросвета (РОСТА), разработка очередных заданий прессы в области агитации и пропаганды, соответствие ее работы общим политическим и хозяйственным задачам партии»¹⁰⁰. Центральный комитет напомнил, что «ответственность за состояние данного партийно-советского печатного органа несет данный партком»¹⁰¹.

Развернувшаяся по этому поводу дискуссия на страницах журналов «Современник» и «Журналист» свидетельствует о различных взглядах работников прессы на теорию пролетарской печати, мифологему «партийное руководство». Публицист Н. К. Иванов-Грамен отмечал: «Кто-нибудь станет оспаривать, что публицистика (в частности газетная) – одно из самых мощных, самых действенных, самых скорострельных орудий. Но в публицистике у нас ничего не имеется. Есть же в руках страшное оружие, с бою отнятое у неприятеля, но нет даже разговоров о том, как нужно им

⁹⁸ Полуян Д. О кризисе печати // Журналист. 1921. № 19. С. 3.

⁹⁹ Вестник агитации и пропаганды. 1921. № 22-23. С. 38-43.

¹⁰⁰ Известия ЦК РКП (б). 1921. № 36. С. 27.

¹⁰¹ О партийной и советской печати. Указ. соч. С. 240.

пользоваться»¹⁰². Исследователь В. Владимиров призывал к пониманию необходимости приступить к созданию своей, специфической газетной теории словесности, «поскольку газетное слово имеет некую своеобразную физиономию»¹⁰³. Теоретик большевистской печати Н. М. Сомов указывал, что «политическая пресса по преимуществу и прежде всего есть оружие классовой борьбы. И публицист должен уметь владеть этим оружием»¹⁰⁴. Участники дискуссии ориентировали журналистов-практиков на неприятие опыта буржуазной прессы в плане добычи информации, называли его «индустриализацией» процесса изготовления сообщений для газет» и отвергали. По их мнению, «главным объектом отражения советской журналистики является не новостное, а социально окрашенное событие, идеологически выверенное, отвечающее принципам партийности, идейности, классовости, народности, массовости. Они определяли теорию прессы как социальную деятельность, связанную со сбором, передачей и распространением информации через массовые каналы связи, нацеленную на пропаганду и агитацию». На прессу была возложена задача осуществления своей деятельности в трех уровнях: обеспечивать подачу «обличений» в популярной форме; преподносить толкование доктринальных основ учения для интеллектуальной элиты; содержать большое количество официальной информации, призванной обеспечить функционирование партии и организацию работающего населения. Таким образом, конструктивно и функционально пресса была предназначена для осуществления перемен, ей отводилась роль обличителя капитализма, она должна была способствовать социалистическому строительству, провозглашению идей коммунизма на всей планете и т.д. Приоритетная роль принадлежала мифологеме «партийное руководство». Исследователь И. И. Засурский считает, что «в

¹⁰² Иванов-Грамен Н. Теория публицистики как предмет преподавания // Современник. 1922. № 1. С. 268.

¹⁰³ Владимиров В. Логика фактов. // Журналист. 1921. № 24.

¹⁰⁴ Сомов Н. М. Критическая библиография. М., 1928. С. 75; Сомов Н. М. Что такое периодика: газета и журнал? // Журналист.— 1928-№ 1.-С. 44-46.

советской прессе за счет постоянного партийного контроля была достигнута беспрецедентная для истории прессы управляемость и охват населения страны¹⁰⁵.

В научных исследованиях давалось всестороннее научно-теоретическое обоснование решающей роли мифологемы «партийное руководство», «выражающей сущность, классовое, партийное назначение печати»¹⁰⁶. Это положение подтверждает исследователь С.М. Гуревич: «Сущность журналистики закономерно проявляется в определенном, обусловленном ею действии, во влиянии на общественную жизнь»¹⁰⁷. Марксистско-ленинская теория советской журналистики канонизировала положение о том, что подлинно объективную картину действительности, служащую для верной социальной ориентации масс (знание текущей жизни общества, движущих сил его развития, социальных закономерностей), может дать пресса, стоящая на позициях коммунистической партийности, выражающей интересы тех сил, которые являются носителями социального прогресса, а тем самым правды истории. Но, как считает исследователь Н. И. Шестов, «для воспроизводства мифологемы «партийного руководства» уже недостаточно было простой агитации, апеллирующей к чувствам советских людей и манипулирующей заклинаниями типа: «где большевики – там победа». Необходимостью стала пропаганда принципа партийного руководства, его логическое обоснование примерами исторического прошлого и настоящей общественно-политической жизни»¹⁰⁸. Исследователь В. П. Смирнов директивное воздействие на СМИ советского периода объясняет «не только прямым подчинением СМИ партийным комитетам, но и особой организационной структурой пролетарской журналистики. «Системность этого подхода была

¹⁰⁵ Засурский И.И. Масс-медиа второй республики. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999, С. 33.

¹⁰⁶ Горохов В. М. Закономерности публицистического творчества. М., Мысль, 1975, С. 12.

¹⁰⁷ Гуревич С. М. К. Маркс и Ф. Энгельс – основоположники теории коммунистической журналистики. М., 1973. С. 42.

¹⁰⁸ Шестов Н. И. Политический миф теперь и прежде / Под ред. проф. А. И. Демидова/. М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2005. С. 150.

выражена в том, что пресса с самого начала являлась частью сложившейся в обществе идейно-политической иерархии, при которой взгляды и высказывания вышестоящих печатных органов были обязательными для нижестоящих. В данном случае отчетливо проявлял себя тоталитарный характер общественных отношений, выраженный в доминировании ценностей и социальных норм, поступавших «сверху», над ценностями и нормами, рождавшимися «снизу»¹⁰⁹.

Устойчивость мифологемы «партийное руководство» обеспечивалась реалиями политического процесса, а повышенное внимание к этой мифологеме характерно для советского периода развития средств массовой информации, для националистических, тоталитарных идеологий первой половины XX века, для программ партий, идущих во власть, или наоборот, потерявших власть, снова к ней стремящихся. Обращение к данной мифологеме было обязательным, так как за признанием факта неизбежного нарастания кризисной ситуации и предложением радикальных мер по ее исправлению должен не теряться образ светлого прошлого или будущего.

Функционирование в координатах мифологемы «партийное руководство» способствовало усилению манипулятивных и других мифических установок, диктуемых и определяемых властными структурами, ведущими политическими силами страны. Мифы, включенные в ткань публицистических текстов, оказывали определенное, заданное воздействие на общественные настроения. Мифологизирование действительности могло состояться только на основе убедительной фактической базы. Власть для успешной реализации своих задач давала частично правдоподобную картину, информационную драпировку действительности, происходящих процессов. При этом замалчивались неблагоприятные факты, исключалось все то, что этому противоречило. Таким образом достигалось заданное

¹⁰⁹ Смирнов В. П. Советская демократия и печать. М.: Политиздат, 1978. С. 98.

позитивное единообразие советского информационного пространства. Партийная директива, обладающая заданной прагматикой, и ее мифосоставляющие не подлежали проверке на истинность, являлись безоговорочной для выполнения. Подобная унификация средств массовой информации влияла на формирование особой мифологической действительности, существовавшей в рамках политического функционирования общества. На основе заданных идейных приоритетов создавался особый идеологизированный мир со своими мифологизированными ситуациями, героями, исповедовавшими определенные морально-нравственные ценности. Классический пример запредельного мифотворчества, иллюстрирующий эту ситуацию, – освещение советской и зарубежной прессой строительства Беломоро-Балтийского канала имени Сталина, объекта, возводимого политическими заключенными. Строительство велось в основном заключёнными ГУЛАГа. За все время строительства канала туда было направлено более 250 тысяч человек, 12 800 человек погибли. 7 августа 1933 года ББК посетила группа писателей и художников, среди которых были Максим Горьким, Алексей Толстой, Михаил Зощенко, Вс. Иванов, Виктор Шкловский и другие для освещения строительства канала. Часть из них приняли участие в написании 600-страничной книги, посвящённой созданию Беломорканала. Писатель Александра Авдеенко вспоминал: «Я ошалел от увиденного достатка ударников-каналстроевцев. На больших блюдах под прозрачной толщиной заливного лежали осетровые рыбины. На узких тарелках купались в жире кусочки теши, сёмги, балыка. Большое количество тарелок были завалены кольцами колбасы, ветчины, сыра. Пламенела свежая редиска». Писатель Л. В. Никулина написал тогдашнему наркому внутренних дел Г. Г. Ягоде письмо: «Человечность» и «гуманность» всё же большие слова, и мне кажется, не следует от них отказываться. Высшая человечность и гуманность сделана Вами — первым строителем ББК. Она заключается в прекрасной работе над исправлением человека. Она заключается в беспокойстве и

создании лучших условий жизни для трудящегося народа»¹¹⁰. Задача создателей мифа «воспитание пролетарского человека» была выполнена, в сознании советской и зарубежной общественности была «затемнена» реальная ситуация, в которую были встроены иррациональные причинно-следственные связи между реальными и мифическими событиями.

Освещение событий в координатах транслируемого мифотворчества содействовало внедрению в сознание мифов, в которых соединялись подлинные чаяния народных масс, эмоционально окрашенные, мифологизированные, нереальные представления о действительности. Исследователь Н. И. Шестов рассматривает этот прием на примере мифологем советского времени: «В отрицании принципа организованного политического руководства изначально лежали не разумные доводы практического порядка, а апелляция к сверхрациональным ценностям, то есть «слову магическому»¹¹¹».

В 1930 г. было принято постановление ЦК партии «О кадрах газетных работников». Партия поставила задачу перед редакторами и всем составом редакционных работников «подлинно большевистской выдержанности и организаторских способностей, умения по-боевому и необходимыми темпами организовать массы на разрешение основных задач социалистического строительства»¹¹². В соответствии с этим постановлением диапазон дозволенных расхождений и дебатов в СМИ не должен был

¹¹⁰ Книга «Беломорско-Балтийский канал имени Сталина» имела три тиража и два варианта формата: большой - с чернёным латунным барельефом Сталина на обложке, и малый – с его оттиснутым профилем на ткани и ледерине. Общий тираж трёх заводов составил 114000 экземпляров (4000 особый, 30000 с ледериновой обложкой и 80 000 в тканевом переплёте): Памятная книга «Беломорско-Балтийский канал имени Сталина» была издана в конце 1934 года Госуд. издательством «История фабрик и заводов», специально к XVII съезду Коммунистической партии

¹¹¹ Шестов Н. И. Указ. соч. С. 150-151.

¹¹² О партийной и советской печати, радиовещании и телевидении: сб. документов. М., 1972. С. 169-170.

включать элементы, считающиеся анахронизмами, регрессивными и опасными для общества.

Решения XVI и XVII партийных съездов стали основой для дальнейшего усиления мифологемы «партийное руководство» и количественного роста советской прессы.¹¹³ С этого времени и до начала «перестройки», отмечает исследователь Н. И. Шестов, «весь пропагандистский аппарат коммунистической партии и советского государства, значительная часть кадрового потенциала общественных наук были задействованы в деле поиска возможностей именно научного обоснования значимости принципа «партийного руководства». Логике мифологемы «партийного» руководства как главном источнике реальных успехов советского общества антисоветская публицистика противопоставляла мистический образ принципа «партийного руководства как перманентного источника зла¹¹⁴». Печатная пресса с самого начала являлась частью сложившейся в обществе идейно-политической иерархии, при которой взгляды и высказывания вышестоящих печатных органов были обязательными для нижестоящих, отчетливо проявлял себя тоталитарный характер общественных отношений, выраженный в доминировании ценностей и социальных норм, поступавших «сверху», над ценностями и нормами, рождавшимися «снизу». Политическая публицистика популяризировала научные идеи, играла роль посредника в информационном обмене между обществом и властью.

На годы застыла теория советской прессы. Методика исследования взаимодействия печати с социально-политическими преобразованиями

¹¹³Если в годы первой пятилетки выходило 7536 газет разовым тиражом 35,5 миллионов экземпляров, то к 1937 г. их было 9250 при тираже более 38 миллионов экземпляров. Помимо партийных газет «Правда», «Известия», «Труд», «Комсомольская правда» значительные тиражи приходились на долю общесоюзных специализированных газет «За индустриализацию», «Социалистическое земледелие», «Совхозная газета», «Гудок», «Легкая индустрия» и др. /Иванова Р. А. Указ. соч. С. 4.

¹¹⁴ Шестов Н. И. Указ. соч. С. 150.

советского общества периода 60-х годов базировалась на партийно-классовом подходе. Дальнейшая ее разработка, переосмысление функций и принципов происходила в формате народного фольклора, используемого В. И. Лениным: «Шаг вперед, два шага назад». Например, функции прессы в работе теоретика Ю. Я. Орлова обозначены так: «Пропаганда и агитация рождает предрасположенность к действию, которое реализуется через какие-то организационные меры. В этом проявляется организаторская функция газеты, которая сказывается даже на человеке, который непосредственно никогда не имел дело с редакцией газеты и не написал в нее ни одного письма»¹¹⁵. Полностью поддерживая данное определение, И. П. Магай предлагал обратить внимание на конструктивную, «связующую» роль агитационной функции, которая воспитывала политическую сознательность, сознательное отношение к действительности. Агитация фактами способствует более четкому запечатлению пропагандистского материала»¹¹⁶. По его мнению, «функциональное единство – основа демократического функционирования прессы, важнейшей составной части социалистического общества, средство политического и экономического воспитания и перевоспитания масс»¹¹⁷. В приводимой аргументации необходимо отметить ряд спорных моментов. Если пропаганда отталкивается от теоретической политики, то агитационная функция отталкивается от эмпирической практики трудящихся и их «наличного» сознания, от того, что К. Маркс называл «самобытной» политикой, а В.И. Ленин – «практической политикой». Предлагаемые положения ограничивали исследовательское поле, по сути, не привнося ничего нового, снова «шаги назад».

Другое направление теоретических исследований в области прессы сводилось к изучению, обобщению традиций и новаторства классиков

¹¹⁵ Орлов Ю. Я. Западногерманское газетоведение о функциях и принципах печати // Современные буржуазные теории журналистики. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1967. С. 37-38.

¹¹⁶ Магай И. П. Методологические проблемы журналистского мастерства: (функции прессы и социальная роль журналиста). М.: Изд-во Моск. ун-та, 1979. – 62 с.

¹¹⁷ Там же. С.33.

марксизма-ленинизма, ведущих публицистов советской прессы, к разоблачению манипулятивных особенностей буржуазных СМИ¹¹⁸. Попытки реконструировать советскую школу исследований средств массовой информации наталкивались на непонимание и неприятие.

70-е – 80-е годы характеризовались ориентацией на прошлый опыт, исследования велись по следующим направлениям: журналистика и художественное творчество, журналистика и научное творчество, журналистика и публицистическое творчество. Выявляя взаимосвязь журналистского, художественного и научного творчества, теоретики пытались выявить общее и особенное в познавательной деятельности исследователя и журналиста, специфику использования научных методов исследования и отображения действительности в деятельности журналиста. Специалисты, исследовавшие названные проблемы: Т. А. Беневоленская, В. М. Горохов, Е. И. Журбина, Р. А. Иванова, Г. В. Колосов, Д. Пельт, Е. И. Пронин, Е. П. Прохоров, Д. М. Прилюк, Л. Г. Свитич, М. И. Стюфляева,

¹¹⁸ Артемов В. Л. Анатомия лжи. Критические очерки западной антисоветской империалистической пропаганды. М.: Политиздат, 1973. 234 с.; Арбатов Г. А. Идеологическая борьба в современных международных отношениях. Доктрина, методы и организация внешнеполитической пропаганды империализма. М.: Политиздат, 1970. 351 с.; Беглов С. И. Внешнеполитическая пропаганда: очерки теории и практики. М.: Высшая школа, 1973. 386 с.; Бережной А. Ф. В. И. Ленин – создатель печати нового типа. Л.: изд-во Ленингр. ун-та, 1971. 380 с.; Власов А. И. Политические манипуляции: История и практика средств массовой информации США. Междунар. отношения, 1982. 303 с.; Воронцов Ю. В. Основные направления механизмов буржуазной пропаганды. М.: Мысль, 1972. 243 с.; Западов А. В. Мысль и слово. Из наблюдений над литературной работой В.И. Ленина. М.: Политиздат, 1970. 260 с.; Кондратенко Г. М. Об особенностях стереотипизации // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. 1968. № 1. С. 58; Кашлев Ю. Б. Идеологическая борьба или психологическая война? М.: Политиздат, 1986. 191 с.; Портянкин И. А. Редакторская и публицистическая деятельность В. И. Ленина. М.: Политиздат, 1959. 138 с.; Трифонов И. Я. Ленин и борьба с буржуазной идеологией в начале нэпа. М.: Знание, 1969. 46 с.; Шерковин Ю. А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. М.: Мысль, 1973. 215 с.; Яковлев Б. В. Ленин-публицист. М.: Политиздат, 1960. 311 с. и др.

В. В. Учёнова, И. Д. Фомичева, М. С. Черепанов и др.¹¹⁹. Рассматриваемые научные работы ценны тем, что в них содержались новые подходы к раскрытию теории вопроса

Теория СМИ строилась с учетом возможностей публицистического слова: публицистические тексты рассматривались в связях политики и публицистики, общественного мнения и публицистики, искусства и публицистики, гносеологии и публицистики и т. д. При этом вне поля зрения исследователей оставались трансформации, переживаемые самой прессой, оценка политического мифотворчества, вне зависимости от партийно-политической и организационной принадлежности тех или иных печатных органов.

Исследователь Е. П. Прохоров, анализируя проблемы социального предназначения и объективного предмета публицистики, как специфического типа творчества, утверждал, что «журналистская практика в условиях острой идеологической борьбы на международной арене, в условиях строительства коммунистического общества требует от журналистской науки теоретических разработок проблем эффективности ведения пропаганды и

¹¹⁹ Беневоленская Т.А. Композиция газетного очерка. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1975. 88 с.; Горохов В. М. Закономерности публицистического творчества. М.: Мысль, 1975. 192 с.; Иванова Р. А. Партийно-советская печать в годы развернутого строительства социализма. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1977. 52 с.; Колосов Г. В. Публицистика как творческий процесс. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1977. 87 с.; Пельт В. Д. Предвоенная советская печать: проблематика выступлений, совершенствование организации прессы в предвоенные годы: 1937–июнь 1941. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1974. 204 с.; Прилюк Д. М. Теория и практика журналистского творчества: методология проблемы. Киев: Изд-во Киевского ун-та, 1973. 342 с.; Пронин Е. И. Печать и общественное мнение. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1971. 132 с.; Прохоров Е. П. Публицист и действительность. М., 1973. 315 с.; Публицистика в жизни общества. М., 1968. 102 с.; Свитич Л. Г., Ширяева А. А. Проблемы эффективности университетской подготовки журналистских кадров (по итогам социологического исследования) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1979. № 3. С 25-33; Стюфляева М. И. Образные ресурсы публицистики. М.: Мысль, 1982. 176 с.; Ученова В. В. Публицистика и политика. М.: Политиздат, 1973. 232 с.; Фомичева И. Д. Журналистика и аудитория: теоретич. проблемы и опыт изучения городской аудитории средств массовой информации и пропаганды. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1976. 158 с.; Черепанов М. С. Проблемы теории публицистики. М.: Мысль, 1973. 269 с. и др.

практических рекомендаций»¹²⁰. Характеризуя функциональные особенности публицистики, могучего фактора формирования общественного мнения, он предпринял попытку раскрытия особого места публицистики в духовной жизни общества, ее специфику как формы пропаганды.

Рассмотрение публицистических текстов, их связи с творческими особенностями было обречено на литературоведческий подход к текстам, исследованию их как своеобразного вида творчества. Достаточно противоречивы, но не обладают внутренней завершенностью и последовательностью монографии М. С. Черпахова и В. В. Ученовой¹²¹. Слабо аргументируются положения М. С. Черпахова о том, что публицистика, как форма творчества, находится между искусством и наукой, о том, что она решает свои задачи в чисто понятийной форме. Концептуальные положения В. В. Ученовой о том, что в обществе существуют «разделившиеся «потоки» деятельности: научной, художественной и политической публицистики», причем в каждом «потоке» деятельности соответственно выделяются «преимущественно «знаниевые», преимущественно эмоциональные, ценностные, преимущественно «управленческие» (преобразовательные или гомеостатические) компоненты», также спорны¹²².

По мнению исследователя В. М. Горохова, именно публицистика выступает «в роли сплава информации «сверху» и «снизу». Советская публицистика высвечивает «в объекте такие предметные стороны, которые позволяют обнаружить сущностные, социально-экономические процессы современности, направляет сознание масс на самые важные, с идеолого-политической точки зрения, проблемы дня, не уводит читателя в мир иллюзорных представлений, а помогает воспитать в нем сознательного

¹²¹Черпахов М. С. Указ. соч. 269 с.; Ученова В. В. Указ. Соч. 243 с.

¹²² Ученова В. В. Указ. соч. С. 33-34.

творца истории, способного за внешней оболочкой событий разглядеть его подлинный классовый смысл. Буржуазная публицистика в соответствии со своей реакционной целью деформирует объект, сужает «предметное поле» до несообразных размеров»¹²³. Подобный подход упрощает проблему, сводит ее к узости информационного горизонта, идеологический, классово-партийный аспект анализ явлений современности становится главным признаком предмета публицистики. Генеральную функцию публицистики В. М. Горохов видит в актуализации политического влияния на массы, которое осуществляется путем формирования общественного мнения. «Принятие массами политической линии, идеологических установок коммунистической партии как устойчивой нормы мышления и поведения предоставляет благоприятные возможности для советского публициста. Явления социальной действительности, по его мнению, «отражаемые советской прессой, можно познавать только в неразрывном единстве с другими»¹²⁴. В учебном пособии тех лет так суммировались текущие задачи партии в руководстве прессой: «Сила советской печати – в партийном руководстве всеми направлениями ее деятельности, в постоянном и систематическом воздействии партийных комитетов на формирование, характер и содержание всех проявлений газетной политики, основных направлений ее многогранной деятельности»¹²⁵. Исследователь А. А. Грабельников вводит в научный оборот образное сравнение журналистов «с духовными пастырями, за которыми следует наш доверчивый русский народ», считает средства массовой информации «социальным институтом, который имеет достаточно сил продолжать сеять разумное, доброе, вечное»¹²⁶. Определение «духовные пастыри» продолжает смысловой ряд предшествующих лет: «передовой отряд», «приводные ремни партии» (И. В. Сталин), «подручные партии»,

¹²³ Горохов В. М. Указ. соч. С. 34, 56.

¹²⁴ Там же. С 34.

¹²⁵ Современная советская журналистика. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1983. С. 13.

¹²⁶ Грабельников А. А. Средства массовой информации постсоветской России. М.: Изд-во Российского университета Дружбы народов, 1996. 168 С.

«верные бойцы (Хрущев), «золотой резерв» (Брежнев), разве что более образно.

«Журналистиковеды», по мнению исследователя Б. Лозовского, «уверовали в справедливость, состоятельность, адекватность установок партии, в великую роль вождя в создании теории и практики печати. Все это порождало и усиливало противопоставление теории и практики журналистики» «Монометодология», две никогда не пересекающиеся параллели, теория и практика журналистики, обеспечивали эффективную управляемость прессы, лозунговость в определении функций, жесткую связь с властью, нивелирование журналистского творчества¹²⁷. Тоталитарные новации и инициации, мифотворчество воспринимались как руководство к действию.

В конце 90-х годов прошлого столетия в России издается книга американских теоретиков и историков печати Ф. С. Сиберта, У. Шрамма, Т. Питерсона «Четыре теории прессы»¹²⁸, которая на годы стала своеобразным разрушителем традиционной теории советской прессы. В переходе к теории свободной прессы были выявлены два подхода: СМИ – «четвертая власть», СМИ – инструмент власти. В научный оборот ими были введены определения: авторитарная концепция, устанавливающая ответственность СМИ перед королем, императором, фюрером, государством; теория свободы печати, либертарианская теория, основанная на свободе воли, ниспровергающая концепцию печати как инструмента государства и утверждающая свободу от правительственного контроля, приводящая ее к «четвертой власти»; теория социальной ответственности печати, развивающая либертарианскую линию применительно к новым условиям концентрации и монополизации СМИ и представляющая собой компромисс между мнением о необходимости правительственного контроля и

¹²⁷ Лозовский Б. Четвертая власть и общество. С. 26-27.

¹²⁸ Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Указ. соч.. 223 с.

поддержкой полной свободы прессы; советская коммунистическая теория прессы, используемая инструментально, то есть как инструмент государства и партии, составляющая единое целое с другими инструментами государственной власти для обеспечения единства внутри государства и партии; как «инструмент партийных и государственных «обличений»; пропаганды и агитации; характеризующийся строго выполняемыми обязанностями»¹²⁹.

Развивая концепцию социальной ответственности прессы, исследователь Д. Маккуйэл выдвинул две теории – теорию для «медиаразвития» и «демократического участия» (партиципарную)¹³⁰. Эти теории выступали за поддержку СМИ существующего режима, объединению усилий по обеспечению экономического развития, оказания помощи обществу в целом, поддержке, а не критике правительства, использованию СМИ в деле национального развития, пропаганды, автономии и культурной идентичности конкретного национального общества. В определенной степени теория для «медиаразвития» поддерживала участие народных масс (коммуникационные модели участия). Идеи автора были убедительными, но они не были до конца узаконены, не стали частью медиаинститутов, так как не обеспечивали возможность прямого доступа общественности к производству и распространению информации по каналам массовой коммуникации, не предполагали взаимоотношения журналистов с аудиторией, печатью, радио, телевидением. Аудитория рассматривалась исследователем не как объект журналистского влияния, а как субъект гражданского участия в решении важных социальных проблем с помощью СМИ. Действие теории «демократического участия» (партиципарная) распространялась на развитые либеральные общества, стыковалась с некоторыми положениями теории для «медиаразвития», в частности с ее

¹²⁹ Сиберт Ф., Шрамм У., Питерсон Т. Указ. соч. С. 223.

¹³⁰:McQuail D. Указ. соч. С. 118-119.

влиянием на «базис» общества, на значимость горизонтальной, а не вертикальной (сверху вниз) коммуникации. Для этой теории не приемлема коммерциализация и монополизация частных СМИ, а также централизация и бюрократизация институтов общественного вещания, созданных в соответствии с нормами социальной ответственности. Главными в теории «демократического участия» (партиципарной) являются потребности, интересы и надежды активных «получателей» информации в политическом обществе, использование средств коммуникации для взаимодействия в небольшом сообществе, объединения по интересам, субкультуре.

Теория «демократического участия» (партиципарная) предполагает многообразие, локальность, деинституционализированность, взаимозаменяемость ролей отправителя-получателя, горизонтальность коммуникационных связей на всех уровнях общества, взаимодействие, заинтересованность. Ее недостаток состоит в том, что в ней сочетаются разные компоненты, включая либертарианство, утопизм, социализм, эгалитаризм, движение в защиту окружающей среды и локализм, она несет оттенок разочарования в политических партиях и в системе парламентской демократии. Предлагаемая классификация Ф. Сиберта, У. Шрамма, Т. Питерсона имеет дело с предполагаемыми теориями СМИ, то есть какой пресса должна быть. Теория Д.Маккуйэла прибавляет еще две модели: развивающихся стран и демократического участия.

Опыт развития Российской Федерации в новых условиях выявил многообразие путей развития теории прессы, в том числе использование зарубежного опыта. В конце 90-х годов сформировался исследовательский пласт журналистики, противоположный теоретическому однообразию советского периода. За считанные годы возникла теория СМИ, противоречивая, несхожая, порою противоположная в оценке тех или иных ситуаций. На смену мифологеме «партийное руководство» пришла обоснованная методология, отработанные методики беспристрастного

анализа. Средства массовой информации в трудах исследователей дифференцируются как по уровню экономических показателей, так и разницей в траекториях политических модернизаций. Особое значение в контексте рассматриваемой проблематики имеют теоретические работы в области анализа функций, принципов, механизмов и результатов воздействия СМИ на массовое политическое сознание людей, исследования информационных войн, взаимоотношений власти и прессы: работы Е. Ч. Андрунас, Н. Н. Богомоловой, Е. Л. Вартановой, Л. Э. Варустина, В. В. Ворошилова, А. А. Грабельникова, Г. В. Жиркова, И. И. Засурского, Я. Н. Засурского, С. Н. Ильченко, С. Г. Корконосенко, Р. П. Овсепяна, Е. П. Прохорова, Л. Л. Реснянской, М. В. Шкондина и других авторов¹³¹. К их достоинствам можно отнести новый взгляд на теорию СМИ, наличие большого объема опытных данных, результатов экспериментов, социологических опросов и др. Значительный вклад в дальнейшее развитие теории СМИ был внесен исследователями периода начала нового века. Об этом свидетельствует появление большого количества теоретических работ, защищенных докторских диссертаций, посвященных тем или иным аспектам теории СМИ. Проблемами истории, теории, репрезентации СМИ

¹³¹ Андрунас Е. Ч. Информационная элита: корпорация и рынок новостей. М.: изд-во Моск. ун-та, 1991. 209 с.; Богомолова Н. Н. Социальная психология печати, радио, телевидения. М.: изд-во Моск. ун-та, 1991. 128 с.; Вартанова Е. Л. Северная модель в конце столетия: печать, телевидение и радио Северной Европы между государственным и рыночным регулированием. М.: изд-во Моск. ун-та, 1997. 183 с.; Варустин Л. Э. Пресса и власть. СПб.: изд-во Ленинград. ун-та, 1995. 267 с.; Ворошилов В. В. Журналистика. СПб.: изд-во Михайлова, 2000. 360 с.; Грабельников А. А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий: итоги и перспективы. М.: РИП Холдинг, 2001. 334 с.; Жирков Г. В. Советская крестьянская печать – один из типов социалистической прессы. Л.: изд-во ЛГУ, 1984. 179 с.; Засурский И. И. Масс-медиа второй республики. М.: изд-во Моск ун-та, 1999. 270 с.; Засурский Я. Н. Испытание свободой. Российская журналистика: 1990-2004. М.: МГУ, 2004. 464 с.; Корконосенко С. Г. Основы журналистики. М.: Аспект-пресс, 2004. 287 с.; Овсепян Р. П. В лабиринтах истории отечественной журналистики. М.: РИП Холдинг, 2001. 316 с.; Прохоров Е. П. Журналистика и демократия. М.: РИП Холдинг, 2001. 268 с.; Реснянская Л. Л. СМИ и политика. М.: Аспект Пресс, 2007. 256 с.; Степанов В. Н. Провоцирование в социальной и массовой коммуникации. СПб.: Роза мира, 2008. 268 с.; Шкондин М. В. Система средств массовой информации как фактор общественного диалога. М.: УПЛ ф-та журналистики МГУ, 2002. 30 с. и др.

плодотворно занимались А. А. Антонов-Овсеенко, Н. Р. Балынская, Н. М. Бергер, М. А. Бережная, И. Н. Блохин, С. С. Бодрунова, Н. Л. Волковский, И. М. Дзялошинский, В. А. Евдокимов, В. Л. Иваницкий, М. Н. Ким, В. В. Кравцов, Б. Н. Лозовский, Г. С. Мельник, А. Г. Рихтер.¹³²

¹³² Антонов-Овсеенко А. А. Роль периодической печати в формировании общественного сознания в России в 1917 г.: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. Тверь, 2013. URL: <http://www.dissercat.com/content/rol-periodicheskoi-pechati-v-formirovanii-obshchestvennogo-soznaniya-v-rossii-v-1917-g#ixzz46ALL9qh>; Балынская Н. Р. Специфика участия средств массовой информации в политическом процессе современной России: дис. ... д-ра полит. наук: 10.01.10. Екатеринбург, 2009. URL: <http://www.dissercat.com/content/spetsifika-uchastiya-sredstv-massovoi-informatsii-v-politicheskom-protse-sses-ovremennoi-ross#ixzz46AMnw8hq>; Бергер Н. В. Расследование как метод журналистской деятельности: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. СПб., <http://www.dissercat.com/content/rassledovanie-kak-metod-zhurnalistskoideyatelnosti#ixzz46ANQHRnl>; Бережная М. А. Проблематика социальной сферы в телевизионной журналистике: актуализация позитивного дискурса: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. СПб., 2009. URL: <http://www.dissercat.com/content/problematika-sotsialnoi-sfery-v-televizionnoi-zhurnalistike-aktualizatsiya-pozitivnogo-diskuru#ixzz46AUN8gqO> (дата обращения: 11.04.2015); Блохин И. Н. Этножурналистика в политических процессах: ролевой анализ: дис. ... д-ра полит. наук: 10.01.10. СПб., 2009. URL: <http://cheloveknauka.com/etnozhurnalistika-v-politicheskikh-protsessah#ixzz46GMCJUKE>; Бодрунова С. С. Медиакратия: СМИ и власть в современных демократических обществах: дис. ... д-ра полит. наук: 10.01.10. СПб., 2015. URL: <http://www.dslib.net/zhurnalistika/mediakratija-smi-i-vlast-v-sovremennyh-demokraticeskikh-obwestvah.html>; Волковский Н. Л. Журналистика в информационных войнах: исторические истоки и современные тенденции: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. СПб., 2003. URL: <http://www.dslib.net/zhurnalistika/zhurnalistika-v-informacionnyh-vojnah.html>; Дзялошинский И. М. Коммуникационные стратегии социальных институтов в медиaprостранстве России: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. М., 2013. URL: <http://www.dissercat.com/content/kommunikatsionnye-strategii-sotsialnykh-institutov-v-mediaprostranstve-rossii#ixzz46GhIGiPM>; Евдокимов, В. А. Роль средств массовой информации в политизации социального конфликта: дис. ... д-ра полит. наук: 10.01.10. Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького - Екатеринбург, 2007. – URL: <http://vak1.ed.gov.ru/ru/dissertation/subscription/index.php?id54=10557&from54=5>; Иваницкий В. Л. Трансформация журналистики России в условиях становления отрасли СМИ: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. М., 2011. URL: <http://vak1.ed.gov.ru/ru/dissertation/subscription/index.php?id54=12401&from54=1>; Ким М. Н. Интеграция творческих и технологических факторов в создании журналистского произведения: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. СПб., 2001. URL: <http://www.dissercat.com/content/integratsiya-tvorcheskikh-i-tekhnologicheskikh-faktorov-v-sozdanii-zhurnalistskogo-proizvede#ixzz46JD9zuWu>; Кравцов В. В. Инновационная журналистика и власть в современном медийном пространстве: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. М., 2012. URL: <http://www.dissercat.com/content/innovatsionnaya-zhurnalistika-i-vlast-v-sovremennom-mediinom-prostranstve#ixzz46JQaMlj>; Лозовский Б. Н. Манипулятивные технологии влияния на средства массовой информации: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. Екатеринбург, 2010. URL: <http://vak1.ed.gov.ru/ru/dissertation/subscription/index.php?id54=11675&from54=>; Мельник Г. С. Массовая коммуникация как фактор политического влияния: дис. ... д-ра полит. наук:

Содержание указанных исследований демонстрирует, что в отечественной науке о средствах массовой информации сформировалась традиция исследований особенностей, практик советских и постсоветских средств массовой информации. При рассмотрении проблемы дуальной структуры «журналистика-демократия» исследовалась не столько активность того или иного медийного канала и отражение им и конструирование фактов политической жизни, сколько сама система значений, в которой конкретные версии событий существуют как частный случай. Мифотворчество и мифологизация, транслируемые медийными каналами, по-прежнему, оставались вне поля зрения исследователей.

Советские СМИ активно создавали единое информационное пространство, участвовали в процессах социализации, служили основным каналом получения информации. Пресса продвигала в сознание мифы, в которых соединились подлинные чаяния народных масс и эмоционально окрашенное, но нереальное представление о действительности. Мифологемы, транслируемые СМИ, используемые со знанием их функциональных возможностей и специфических особенностей, оказывали серьезное влияние на реализацию определенного замысла по отношению к политической действительности. От направленности и характера материалов в значительной мере зависели взгляды, стереотипы, мнения и мировоззренческие установки населения. Мифотворчество оказывало серьезное влияние на реализацию определенного замысла по отношению к политической действительности.

В конце 90-х годов в российской журналистике произошел раскол между старой и новой школами. Журналистское пополнение приходило не только с факультетов журналистики, в ней активно начали сотрудничать

23.00.03. СПб., 1998. URL:; <http://www.dissercat.com/content/massovaya-kommunikatsiya-kak-faktor-politicheskogo-vliyaniya#ixzz46L4wQfcr>; Рихтер А. Г. Свобода массовой информации в постсоветском государстве: регулирование журналистики в условиях переходного периода: дис. ...д-ра филол. наук. М., 2007. 58 с. и др.

политологи, экономисты, историки и др. Исследователь Б. Н. Лозовский к причинам раскола прессы относит не только внутрицеховые мутации, «в сервильизме еще многих изданий и вещательных организаций, финансируемых частично или полностью бюджетом федеральным или местным. Попытки «просветить» журналистским расследованием действия властей заканчиваются оргвыводами, а именно преследованиями, угрозами, наказаниями, отлучением от бюджета, выходом администрации из состава учредителей, – список мер воздействия стремится к бесконечности. Надежды на то, что можно «и деньги взять, и правду написать», как правило, редко увенчиваются успехом, практически одинаково как для государственной, так и для СМИ любой другой формы собственности»¹³³.

Сократились источники информации, уменьшились тиражи общероссийских изданий, наметилась тенденция к регионализации прессы, конкретизировались попытки московских изданий за счет местных приложений-вкладышей продвинуться в регионы («Комсомольская правда», «АиФ», «Московский комсомолец», «Известия» и др.). Исследователи Л. А. Реснянская и И. Д. Фомичева подтверждают, что «информационное пространство разрезается. И хотя есть общероссийские издания, но нет общенациональных, выполняющих интегративную функцию»¹³⁴. За последние 20 лет тиражи газет снизились в 5,5 раза, а журналов – в 4,4 раза.

Результат несостоятельности медийных каналов явился объективным отражением всего комплекса противоречий действительности и вписывался в своеобразную «логику» процессов реформирования. На процесс функционирования средств массовой информации отрицательно влияло бескомпромиссное отрицание прошлого, бездумное копирование чужого опыта, оторванность от народных масс, противоречивая роль государства,

¹³³ Лозовский Б. Н. Четвертая власть и общество на тернистом пути к согласию. Екатеринбург: Изд-во Урал. Ун-та, 2001. С. 12.

¹³⁴ Реснянская Л. А., Фомичева И. Д. Газета для всей России. М., 1999. С. 4.

отсутствие харизматических лидеров, безответственное приспособление модели коммунистической прессы к современному политическому процессу, слабая подготовка журналистских кадров и т.д. Политические реформы эти противоречия не разрешили, а породили новые, в частности, саморазрушение системы медийных каналов. В региональных изданиях возникла проблема собственно-социальной ориентации, общественно-политической позиции издания. Исследователь Е. П. Прохоров убедительно доказывает, что, «если его учредителем (издателем, владельцем) окажется одна из действующих в регионе сил, то какой бы информацией ни располагал коллектив редакции, действительной информированности всех слоев аудитории добиться будет невозможно, так как даже при самом «честном» подходе к ее подбору и освещению все же «подаваться» информация будет под углом зрения интересов и взглядов «хозяина»¹³⁵. «Кто заказывает музыку, тот и танцует девушку», пресса «легла» под издателей. Таким образом, для теории современных СМИ важно не только реалистичное отражение политических процессов, но и то, какие аспекты этого процесса преподносятся как реально существующие, а информирование носит непосредственный и опосредованный характер. Пресса не просто информирует, она осуществляет социально-преобразовательную функцию, что определяет ее специфичность в современном информационном пространстве в частности, в обществе в целом, внедряя в сознание граждан, общественных групп мифическую реальность, кодифицирующую социальное и ритуальное устройство общества.

Серьезной опасностью для дальнейшего ограничения полномочий функционирования средств массовой информации в демократическом обществе является продолжающаяся тенденция преобладания их инструментального использования. Идея исследователя Е. П. Прохорова по поводу того, «когда политической номенклатурой рекомендуется, притом

¹³⁵ Прохоров Е. Журналистика и демократия. М.: РИП холдинг, 2001. С. 199.

настоятельно, «не сметь свое суждение иметь», предопределенная внутренними закономерностями роль журналистики, умалается. СМИ в таком случае, естественно, перестают быть «четвертой властью», становятся орудием первых трех. Это как бы «*quasimediamokratia*», является достаточно убедительной»¹³⁶. Итог подобного умаления определяет характер их изменений – трансформация содержания текстов, снижение качества, их «пожелтение» определяют характер их изменений.

Демократические перемены потребовали изменения отношений между средствами массовой информации и государством, потребовали создания новой теории. Это повлияло на формирование иных концептуальных основ СМИ: государственнической; плюралистической; демократической; частно-олигархической. Близость к той или иной концепции зависит от исторической ситуации, не имея прямого доступа в политическую сферу, общественность нуждается в информации о происходящих там процессах, которые непосредственно затрагивают ее интересы. Информационные каналы, являясь единственным относительно достоверным источником такой информации, не довольствуются ролью «зеркала». В результате они преподносят аудитории не чистые факты, а их интерпретацию, вместо отражения действительности сознательно создают мифореальность, которая навязывается аудитории.

В отечественной практике экспериментальной проверкой гипотезы о влиянии сообщений СМИ на массовое политическое сознание и электоральное поведение россиян стало исследование «Влияние СМИ на электоральные предпочтения населения России», проведенное в сентябре – декабре 1999 г. Национальным институтом прессы, исследовательской группой ЦИРКОН и Агентством региональных политических

¹³⁶ Прохоров Е. П. Указ. соч. С. 44.

исследований¹³⁷. Первой в отечественной практике экспериментальной проверкой гипотезы о влиянии сообщений СМИ на массовое политическое сознание россиян явилось исследование «Влияние СМИ на электоральные предпочтения населения России», проведенное в сентябре-декабре 1999 г. Национальным институтом прессы, Исследовательской группой ЦИРКОН и Агентством региональных политических исследований. Методологической основой исследования являлся комплексный анализ того, как были представлены определенные политические лидеры и объединения в ведущих средствах массовой информации (положительные и отрицательные упоминания) и как изменялось отношение аудиторий этих СМИ к указанным политическим персонажам. Обнаружилась неоднозначность воздействия средств массовой информации на избирателей. Были выделены три базовые модели влияния масс-медиа: а) модель повышенной (положительной) чувствительности, при которой электоральные предпочтения аудитории конкретного СМИ существенно связаны с соответствующим представлением политического персонажа в этом СМИ; б) модель пониженной (нулевой) информационной чувствительности, когда такая связь отсутствует или не является значимой; в) модель протестной (отрицательной) чувствительности, когда изменения электоральных предпочтений аудитории конкретного СМИ обратны представлению в нем политического актора. Исследование также подтвердило, что электоральная база различных политиков и партий характеризуются разной степенью информационной чувствительности. Так, например, повышенной чувствительностью обладали электораты Ю. Лужкова и блока «Отечество — вся Россия», пониженной — электораты Г. Зюганова и КПРФ. В ходе исследования были получены важные выводы о механизмах информационного воздействия сообщений СМИ на население. В частности, подтвердилось, что влияние СМИ носит «кумулятивный»

¹³⁷ Задорин И., Буров Ю., Сюткина А. СМИ и массовое политическое сознание: взаимовлияние и взаимозависимость // Российское общество: становление демократических ценностей. М.: Гендальф, 1999. С. 175-195.

характер: воздействие сообщений СМИ увеличивается, если оно устойчиво, долговременно и многоканально. Результаты исследования позволили сделать следующий вывод. Распространенное мнение о неограниченном влиянии средств массовой информации на формирование электоральных предпочтений граждан России скорее не подтверждается. В то же время три базовые модели воздействия СМИ на избирателей, обнаруженные в ходе эксперимента, свидетельствуют о правомерности существования двух противоположных подходов к описанию влияния масс-медиа на политические ориентации граждан, – все зависит, во-первых, от характера воздействия и, во-вторых, от целевой группы, на которую направлено это воздействие.

Информационная деятельность медийных каналов позволяет людям адекватно судить о политических событиях и процессах только в том случае, когда она дополняется образовательной функцией, которая, в свою очередь, связана с функцией социализации. Справедливость и профессиональная этика требует, независимо от идеологических оценок, признать этот объективный факт. Профессионализм, в отличие от идеологических конструкций, не может быть разрушен в течение одного десятилетия «перестройки». Российские журналисты в условиях измененной мировоззренческой мифологемы «партийное руководство» были способны оказать серьезное влияние на реализацию определенного замысла по отношению к политической действительности. Резкое увеличение разнообразия точек зрения в информационном поле сделало невозможным консолидированное воздействие на общественное сознание.

Начиная с середины 90-х годов XX века в сознание русских людей внедрялся миф о нейтралитете, миф о плюрализме средств массовой информации. Идея мифа сводилась к тому, чтобы «...люди верили в нейтральность их основных социальных институтов. Они должны верить, что правительство, средства массовой информации, система образования и наука

находятся за рамками конфликтующих социальных интересов»¹³⁸, в разнообразии информационных источников, которые обеспечивают разносторонние взгляды на какое-либо событие внутри страны и за её пределами. Если есть разнообразие, значит гарантируется и личный выбор россиянину в информационном плане.

При рассмотрении проблемы дуальной структуры «журналистика-демократия» исследовалась не столько активность того или иного медийного канала и отражение им и конструирование фактов политической жизни, сколько сама система значений, в которой конкретные версии событий существуют как частный случай. Современное мифотворчество становится не просто сообщением, имеющим конкретную направленность, а политической категорией, составной частью теории информационных каналов. Политический процесс, средства массовой информации, мифотворчество – выступали в единстве и целостности. Они влияли на формирование особой мифологической действительности, которая существовала в рамках политического функционирования общества, на основе заданных идейных приоритетов, создавали особый, идеологизированный мир со своими героями, исповедовавшими определенные морально-нравственные ценности, являющимися убедительными и соответствующими ранее установленным фактам. Аспект мифологичности и мифотворчества оставался вне поля зрения исследователей теории пропаганды.

Помимо этого, медийная информация всегда имела рыночную оценку. В таком качестве она выступала и в тоталитарном обществе, но это была скрытая форма купли-продажи информации со стороны государства, партийных органов. Демократизация общества узаконила скрытые формы

¹³⁸ Кара-Мурза С. Указ. соч. С. 6.

купли-продажи, расширила инвестирование в информационные каналы с целью получения не только новой информации, необходимой инвесторам, но и создание различного рода инноваций, мифотворчества для извлечения дополнительной прибыли, воздействия на людей.

Как мы уже указывали в предшествующих параграфах, средства массовой информации нового тысячелетия транслировали бриколаж мифического творчества, состоящий из «осколков» прошедших идеологий советской и российской государственности, милленаристского мифа, его демиургической и трикстерской составных, заканчивающих свое существование. Старая политическая парадигма разрушена, а новая не была создана.

Теория СМИ не рассматривала публицистику как основной канал внедрения политических мифологем. При этом в публицистических текстах преобладали историографические мифологемы: «советский народ», «дружба народов», «советский человек», «интернационализм», «загнивающий капитализм» и др., возникшие в качестве публицистического образа, без предварительного логического обоснования. Исследователь Г. Г. Почепцов утверждает: «практически любая область жизни была «закрыта» той или иной мифологемой. При этом они работали как некий стабилизирующий фактор, задающий условия функционирования. Такая мифологема действовала как сильный центростремительный феномен, запрещающая отклонения сформулированных эквивалентностей¹³⁹». При этом «мифологемы, включенные в ткань публицистического рассуждения, считает Н. И. Шестов, оказывают наиболее эффективное воздействие в политической коммуникации. Изучение литературного мифотворчества позволяет более точно понять взаимосвязь политического мифа и общественных настроений¹⁴⁰». Например, в обозначении проблематики печатных

¹³⁹ Почепцов Г. Г. Теория коммуникаций. М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» - 2001. С.35.

¹⁴⁰ Шестов Н. И. Указ. соч. С. 150-151.

выступлений – пропаганда теории марксизма-ленинизма, партийно-советская печать – организатор массового социалистического соревнования, роль печати в проведении коллективизации сельского хозяйства, в борьбе за подъем культуры, в отражении истории современности и др.

ВЫВОДЫ. Марксистско-ленинская теория советской журналистики канонизировала положение, что подлинно объективную картину действительности, служащую для верной социальной ориентации масс (знание текущей жизни общества, движущих сил его развития, социальных закономерностей) может дать пресса, стоящая на позициях коммунистической партийности, выражающей интересы тех сил, которые являются носителями социального прогресса, а тем самым правды истории. Механизмом в реализации этой задачи выступала мифологема «партийное руководство». За счет постоянного партийного контроля была достигнута беспрецедентная для истории прессы управляемость и охват населения страны. Для ее воспроизводства уже было недостаточно простой агитации, апеллирующей к чувствам советских людей, необходимостью стала пропаганда принципа партийного руководства, его логического обоснования примерами исторического прошлого и настоящей общественно-политической жизни». Директивное воздействие на прессу объяснялось не только прямым подчинением СМИ партийным комитетам, но и особой организационной структурой пролетарской журналистики. Партия стремилась убедить общество, что только ее программа научно обоснована и объективно имеет шансы на успех. Устойчивость мифологемы «партийное руководство» в теории пропаганды обеспечивалась реалиями политического процесса, а повышенное внимание к этой мифологеме характерно для советского периода развития средств массовой информации, для националистических, тоталитарных идеологий первой половины XX века, для программ партий, идущих во власть, или наоборот, потерявших власть, снова к ней стремящихся.

На годы застыла теория советской прессы. Методика исследования взаимодействия печати с социально-политическими преобразованиями советского общества периода 60-х годов базировались на партийно-классовом подходе. 70-е – 80-е годы характеризовались ориентацией на прошлый опыт, и исследования велись по следующим направлениям: журналистика и художественное творчество, журналистика и научное творчество, журналистика и публицистическое творчество. Рассмотрение публицистических текстов, их связи с творческими особенностями были обречены на литературоведческий подход к текстам, исследованию их как своеобразного вида творчества. Теория СМИ не рассматривала публицистику как основной канал внедрения политических мифологем. При этом в публицистических текстах преобладали историографические мифологемы: «советский народ», «дружба народов», «советский человек», «интернационализм», «загнивающий капитализм» и др., возникшие в качестве публицистического образа. Любая область жизни была «закрыта» той или иной мифологемой, работающей как некий стабилизирующий фактор, задающий условия функционирования СМИ. Они действовали как сильный ограничитель, запрещающий отклонения от сформулированных данностей.

В конце 90-х годов, когда сформировался новый исследовательский пласт журналистики, на смену мифологеме «партийное руководство» пришла обоснованная методология, отработанные методики беспристрастного анализа. При рассмотрении дуальной структуры «журналистика-демократия» исследовалась не столько активность того или иного медийного канала и отражение им и конструирование фактов политической жизни, сколько сама система значений, в которой конкретные версии событий существуют как частный случай. При этом мифотворчество, транслируемое медийными каналами, оставалось вне поля зрения исследователей.

Таким образом, мифологемы, включенные в ткань публицистического повествования, оказывают наиболее эффективное воздействие на значимости печатных СМИ. Для современных СМИ важно не только реалистичное отражение политических процессов, но и то, какие аспекты этого процесса преподносятся как реально существующие, а информирование носит непосредственный и опосредованный характер. Пресса не просто информирует, она осуществляет социально-преобразовательную функцию, что определяет ее специфичность в современном информационном пространстве, в частности, в обществе в целом, внедряя в сознание граждан, общественных групп мифическую реальность, кодифицирующую социальное и ритуальное устройство общества.

2. ПОЛИТИЧЕСКИЙ МИФ – ДОМИНАНТА ПЕЧАТНЫХ СМИ СОВЕТСКОГО ОБЩЕСТВА(1917–1941 гг.)

2.1. Мифотворчество и информационный потенциал печатной прессы: анализ советских практик

Идеологическое воздействие на общественное сознание, превратное толкованием фактов, способ и содержание латентного влияния предопределяли содержание, квинтэссенцию милленаристского советского мифа и его демиургической составной. Миф злоупотреблял экспрессивностью языка, но он был способен существовать в любых условиях. Это ключ к разгадке способов идеологического воздействия как тоталитарной, так и демократической структур, утверждающих свою незыблемость.

Советскому строю, по мнению Х. Арендт, сложно было «сохранить характерное пренебрежение к фактам, строгую приверженность к правилам вымышленного мира, хотя эти установки остаются для него так же существенны, как и прежде, и тоталитаризм, придя к власти, должен постоянно отвечать на вызов реальности»¹⁴¹. Власть активно выступала главным гарантом идеологического контроля над населением, по мнению исследователя Н. В. Работяжева, «ее легитимация здесь достигается через обращение в будущее, веру в возможности построения нового общества и партию как руководящую силу этого строительства, телеологическую детерминацию основных общественных процессов»¹⁴². Подобная ситуация порождала чувство тревоги, ощущение нестабильности, неустойчивости достигнутого положения, возникала потребность ухода от действительности в иллюзорный мифический мир, принципиально отличающийся от реального, в мир идей, которые помогают освободиться от тягот жизни, а потому легко становятся неизменными ориентирами.

¹⁴¹ Арендт Х. Истоки тоталитаризма. М.: ЦентрКом, 1996. С. 512.

¹⁴² Радаев В. В. Властная стратификация в системе советского типа // Рубеж. 1991. № 1. С.123.

Главный миф советского общества – Великая Октябрьская социалистическая революция, открывшая новую эру в истории человечества. Его демиургическая составная – идея мировой революции. Эту идею, по мнению большевистских публицистов, поддерживают «все многомиллионные массы крестьян и рабочих советской России», а вооруженную помощь Красной Армии ждут трудящиеся западных стран. Во время советско-польской войны 1920 г. редактор «Известий ВЦИК» Ю. Стеклов убеждал читателей, что польские «рабочие и крестьяне ненавидят своих панов и буржуев и сочувствуют советской России»¹⁴³. Пролетарская печать, объединившая множество ситуаций, выступала высшим критерием при оценке актуальных идеологических практик, но при этом она преподносила совокупный политический опыт в иносказательной форме. Это способствовало согласованию различных групповых интересов и политическому консенсусу. Социальным заказом для печатной прессы являлось транслирование текстов, закрепляющих в сознании масс истинность, правомочность советского политического строя. К концу 1920 г. мифотворчество претерпело изменения, на многие годы определившее характер советской внешней политики. Большевистские газеты писали о том, что советская власть стремится к мирным отношениям со всеми странами, при этом идея мировой революции с повестки дня не снимается, а победа социализма над капитализмом неизбежна.

Революционный кризис 1917–1922 гг. привел к переоценке политических ценностей, к мифам социалистического строительства и политических заклинаний присоединяются расчеты социологов и экономистов (напр., НЭП, комплексные пятилетние планы развития страны). По мнению исследователя Н. И. Шестова, «на некоторое время общество осталось без ясных идеологических ориентиров (свою идеологию имели революционеры и контрреволюционеры, но они не представляли собой все

¹⁴³ Стеклов Ю. Палка о двух концах// «Известия ВЦИК». 1920. 22 апреля.

российское общество, страдавшее от борьбы различных политических сил за власть), без науки (условия кризиса едва позволяли сохранить прежде наработанный багаж научных знаний). Бурное развитие социально-политической мифологии в советский период имело основанием тот комплекс идей, который был научно обоснован в трудах дореволюционных исследователей и публицистов и изложен в партийных программах (требования учредительного собрания, передел земли и собственности, передел сословных прав). Напряженность политического конфликта оказалась во многом подготовленной взаимодействием науки и политической мифологии. Противоборствующие силы не просто верили в свои идеалы, а верили в них как в объективную и несомненную научную истину»¹⁴⁴.

Низкий образовательный уровень населения, доверие к печатному слову и авторитетам власти, нежелание не критического осмысления событий действительности и получаемой информации способствовали активному внедрению мифотворчества в сознание граждан. Массы стремились возродить иррациональность, которую считали исчезающей, как рудимент полной отсталости и культа богов, считает С. Московичи. Это явление «имеет тенденцию к нарастанию, а политика предстаёт рациональной формой использования иррациональной сущности масс»¹⁴⁵. Основное предназначение советского милленаристского мифа, его демиургической составной – борьба за власть, легитимизация этой власти, осуществление политического господства. В его основу были положены архетипы какой-либо ситуации, связанной с осуществлением мер социального регулирования, содержащие конкретный опыт, полученный в ситуациях, объединенных данным архетипом, системой иносказательных образов. Особый интерес для исследователя представляют возможности печатной прессы в реализации политических мифов.

¹⁴⁴ Шестов Н. И. Указ. соч. С. 124.

¹⁴⁵ Московичи С. Век толп. М.: Центр психологии психотерапии, 1996. С.61.

Для полного узаконивания социалистического мифа большевистские газеты изображали коммунистов, творцов, демиургов, носителей новой революционной идеологии людьми, пользующимися большим доверием общества. Это должно было создать иллюзию доверия населения к советской власти. Особенно активно демиургический миф внедрялся в двадцатые годы, когда политика большевиков стала вызывать активное противодействие среди рабочих и крестьян, а ее продолжение уже нельзя было оправдать военной необходимостью. В этих условиях советские газеты писали «о том доверии, которым наша партия пользуется среди широких масс, зачастую беспартийных». Пропагандируя успехи советского строя, большевистские газеты списывали экономические провалы и социальный кризис на своих военных и политических противников, поддерживая в сознании масс миф о правильности их экономической и социальной политики. «А виною всему Деникин, и Колчак, и другие наследники буржуазии, идущие на нас походом», – объясняла причины тяжелейшего экономического положения РСФСР газета «Беднота»¹⁴⁶.

Провалы в борьбе со спекуляцией большевистские газеты объясняли пережитками буржуазного сознания общества, которые не позволяют справиться с ней. Одолеть спекуляцию, согласно советскому мифу, будет невозможно до победы «коммунистических принципов во всеобщем сознании»¹⁴⁷. Транслируя мифотворчество, газеты представляли советскую власть как политический строй, активно преодолевающий негативные явления, вызывающие недоверие к нему со стороны рабочих и крестьян. При этом речь шла о характерных чертах большевистского правления, которые являлись его неотъемлемой частью, и без которых он существовать не мог. Милленаристским мифам была присуща эсхатологическая и телеологическая ориентация во взглядах на развитие общественной жизни: образ светлого

¹⁴⁶ Кирин Н. О мануфактуре, соли и пр.// «Беднота». 1919. 26 дек.

¹⁴⁷ Стеклов Ю. Фронт и тыл// «Известия ВЦИК». 1920. 27 июня.

коммунистического общества, оправдание жертв во имя этого будущего и др. Идеология носила обязательный для всех характер, была проникнута патерналистским духом, покровительственным отношением вождей, постигших социальную истину, к непросвещенным массам. Транслируемое мифотворчество не подлежало критике, так как характер религиозно-революционных символов помогал власти рационально объяснять общественные события. Задачи мифотворчества и мифологизации полностью совпадали с задачами информационно-психологического воздействия прессы, общая конечная цель которых – побуждение к определенной социально-политической реакции путем необходимого представления о ней, важной для властных структур. Показ политического опыта в иносказательной форме соотносился с представлениями об абсолютной стабильности, с соотнесением желаний и потребностей общества, отдельных социальных групп и народа с совокупным опытом, обобщенным до уровня архетипов.

Процесс создания мифов совмещал в себе два взгляда: диахронический аспект (из прошлого или в прошлое) и синхронический аспект (средство объяснения настоящего). Так, в конце XIX века русская идея была скомпрометирована последним императором, его «несчастливым» царствованием от имени Христа. Несколько лет в России продолжались стихийные выступления против государства. Большевики, точно оценившие ситуацию, начали бороться за историческую русскую правду, воскрешая в сознании народа образы минувшего, былой славы русского народа. С их приходом в сознание народных масс активно внедрялся миф о былом величии России. Свержение монархии в условиях еще не сформировавшейся и не устоявшейся республики объективно вело к вакууму власти. Реальную власть может взять в свои руки только какая-то группа, способная заполнить этот вакуум и прекратить хаос. Ею оказались большевики, имитировавшие народоправство. На эту особенность революций как своего рода

катартического акта указывал Р. Барт. Наполненность мира политикой делается явной, «она делает мир, и весь ее язык функционально поглощен этим деланием. Создавая слово полностью, от начала до конца политическое (в отличие от мифа, чье слово изначально является политическим, в итоге же природным), революция тем самым исключает миф. Революция тождественна отсутствию мифа»¹⁴⁸.

Милитаристский миф рождался в тесном взаимодействии пропаганды и воспринимающей ее аудитории, взаимно друг друга отражавших и живших в мире традиционных коллективных бессознательных представлений. Мифы отличались примитивизмом, компактностью, были легко обозримы, замкнуты и просты для понимания, искаженные представления о реальности активно помогали позитивному восприятию новой государственной структуры, ее реалий, помогали вырабатывать единые схемы мышления и поведения. Большевицкие идеологи исходили из того, что человек – существо несовершенное, его легко увлечь, заставить уверовать в фальшивых демиургических идолов, в светлое коммунистическое будущее. В них все было перевернуто: пространство и время, визуальное и вербальное пространство, категории сознания. Марксизм трансформировался в сознание народных масс традиционным мышлением, словесные формулы о «классовой борьбе», «диктатуре пролетариата» приобретали мощную и системообразующую архаичную составляющую, что полностью меняло внутренний смысл. Мифотворчество пронизывало всю жизнь советского общества, газетные шапки печатной прессы содержали призывы-мифологемы: «Единый и нерушимый Советский Союз», «Меч революции карает изменников Родины», «Слава героям (труда, колхозных полей, воинам)» и др. Заботливо радеющее о своих гражданах государство – прямой образ материнского символа. «Мать, – отмечает К. Юнг, – является также символом коллективного бессознательного, левой и ночной стороны

¹⁴⁸ Барт Р. Мифологии. М.: изд-во Сабашниковых, 1996. С. 273.

существования – источника Воды Жизни: именно мать первой питает тот образ Анимы (души), который мужчина предположительно проецирует на женщину, переходя от матери к сестре и, наконец, к любимой. Преимущественно материнская социальная модель – матриархальное общество – характеризуется, по Бахофену, особым подчеркиванием кровного родства, преданностью земле и пассивным принятием природных явлений»¹⁴⁹. «Преданность земле», «пассивное принятие явлений» эксплуатировались советской идеологией (мифологема: «Любовь к Родине сильнее смерти», «Нет земли краше, чем Родина наша», «Велика святорусская земля, и везде солнышко» и др.).

В стране победившего социализма автономии от власти не имел ни один информационный канал, а право на монопольное волеизъявление, на диктат было дано гегемону, рабочему классу. Из этих характеристик проистекала идейно-политическая направленность советской прессы, специфика которой проявлялась в результатах ее функционирования, в поведенческих аспектах реализации прессой интересов власти, а ее мифический характер оказывал бурное воздействие на общество. Х. Арендт характеризует сложившуюся ситуацию следующим образом: режим «презирает все позитивные законы, в предельных случаях игнорируя даже те, которые он сам и установил. И все же нельзя сказать, что такой режим вовсе не признает никаких законов или действует абсолютно произвольно, ибо он притязает на строгое и недвусмысленное повиновение тем законам природы или истории, из которых навсегда положено вытекать всем позитивным законам»¹⁵⁰.

Представляемые прессой тексты апеллировали к разным мифологическим образам, в соответствии с теми социальными задачами, которые были поставлены партийными лидерами. Это способствовало

¹⁴⁹ Керлот Х. Э. Словарь символов. М.: REFL book 1994. С. 313.

¹⁵⁰ Арендт Х. Указ. соч. С. 599.

возникновению благоприятных условий для применения манипулятивных технологий путем мифологизации общественного сознания и политического мифотворчества всей коммуникационной структурой. Процесс выражался в образной форме, шел быстрыми темпами, что было обусловлено привнесенными в пропаганду способами ее распространения через печатные каналы. Манипулируя мифическим, пресса помогала поддержанию не только личных, но и политических, общественно значимых эмоций и чувств (скептицизму, цинизму, апатии, отчужденности, страху, покорности, доверию, согласию, воодушевлению, оптимизму, энтузиазму и т.д.). Именно эти настроения определяли степень и формы участия людей в общественно-политических процессах в диапазоне от полного безразличия и пассивности до попыток совершить государственный переворот. В этом плане представляет научный интерес работа прессы по вовлечению крестьянских масс в жизнь социалистического общества. Крестьянские издания составляли большую часть партийной периодики¹⁵¹. Главное предназначение крестьянской прессы было определено решениями ЦК РКП(б) – установление и упрочение союза рабочих и крестьян. Внимание, которое уделялось крестьянскому вопросу, диктовалось тем, что он был объектом острой идеологической борьбы, так как были разрушены традиционные крестьянские традиции. Необходимо было создать условия для осознания ими своей крестьянской идентичности, особой социальной общности, ощущения духовной связи с предками и потребностью переосмысления их опыта. Именно поэтому особенно важной и трудной задачей стала коллективизация, упорядочение крестьянского хаоса, который сопротивлялся изо всех сил. Отсюда и политика большевиков по отношению к крестьянству, их стремление лишить крестьянское население исконных корней, отъединить его от земли путем создания колхозов, огосударствления земли. По мнению

¹⁵¹ «Деревенская беднота», «Деревенская правда» (1917 г.); «Беднота» (1918-1931 гг.); «Крестьянская газета» (1923-1939 гг.) журналы: «Красный пахарь» (1919-1920 гг.); «Журнал крестьянской молодежи» (1925-1927 гг.) и др.

исследователя О. Эндельман, «в качестве аграрного атрибута служил серп, которым не взрыхляют землю для усиления плодородия, им срезают-умертвляют-покоряют произведения земли. Если в традиционных культурах копающие, взрыхляющие орудия стояли в ряду фаллических ассоциаций, а обработка ими земли осмыслялась как акт оплодотворения, то серп был приспособлением не столько для снятия урожая, сколько для кастрации»¹⁵². Понятия «обычай», «порядок», «обряд» традиционно выражали сакральное единство народной жизни. Для русской крестьянской религиозности был характерен синкретизм, он синтезировала языческие и православные мировоззренческие установки.

Проведенный анализ 100 газетных текстов показывает, что темы крестьянских писем сводились к рассказам о разрушении традиций привязанности к земле, которая на генетическом уровне выступала в качестве важного, актуального компонента сознания и поведения крестьянской массы¹⁵³. Многочисленные крестьянские выступления в прессе 20-30-х годов улавливали суть конфликта, но описан он был по-разному. Крестьяне в своих письмах выражали недовольство властью («Как живет в новой деревне», подборка писем)¹⁵⁴, обращаясь при этом к недавней истории – событиям революции, воспоминания о которой были поводом предостеречь

¹⁵² Эндельман О. Легенды и мифы Советского Союза [электронный ресурс]// http://www.ruthenia.ru/logos/number/1999_05/1999_5_15.htm

¹⁵³ Пример – тематическая полоса газеты «Беднота» «Отцы и дети», поводом для которой послужила статья тов. Сергеева «Как примирить отцов и детей». Автор пишет, что «в крестьянских семьях между отцами и детьми-комсомольцами идут вечные споры, благодаря которым происходят разделы, разрушается семья. В этих семейных передраках виноваты сами комсомольцы, так как многие из них не желают работать по хозяйству, предпочитая все время проводить в избе-читальне, на собраниях» // Беднота. 1927. 6 марта.

¹⁵⁴ Беднота. 1919. 12 марта; Страдающий Аким. В. Ленину // Беднота. 1918. 11 сент.; Гулов Г. Дорогому товарищу Ленину // Беднота. 1918. 17 сент.; К-в Ф. Мировому вождю пролетариата В. И. Ленину // Беднота. 1918. 12 сент.; Борисов В. Коммуна или артель? // Беднота. 1919. 28 янв.; Его же. Первый русский электропуг // Беднота. 1921. 25 окт.; Мещеряков. О коммуне // Беднота. 1919. 31 янв.; Преображенский Е. В деревне // Правда. 1919. 1 июля; Евстигнеев А. Поволжье даст нам урожай // Беднота. – 1922. – 18 янв.; Ликвидация кулачества как класса // Правда. 1930. 11 янв. и др.

новую власть от «предательства» интересов крестьян. Воспоминания крестьян о революции должны были напоминать о крестьянской жертве, выступали как аргумент против несправедливой политики большевиков («земля наша, да власть ваша»). Это восприятие настоящего в контексте прошлого оказалось полезным для власти, так как это была необходимая информация, позволившая нанести упреждающий удар по сельским общинам. В то же время власти было выгодно, чтобы крестьяне вспоминали далекое прошлое, а не борьбу с большевиками. В ряду оценочных суждений крестьянства относительно легитимизации новых управленческих структур, признания новой власти устойчиво доминировали критические¹⁵⁵. Письма представляли собой ведущий жанр всего довоенного периода. Особенно много их было в массовых газетах. Без заметок сельских и военных корреспондентов не обходился ни один номер газет этого типа. Особый интерес в этом плане представляют читательские заметки на страницах газет «Беднота» и «Голос трудового крестьянства» – изданий, опубликовавших наибольшее количество этих заметок. В каждом номере газеты «Беднота» печаталось примерно 13–15 заметок селькоров и военкоров. Значительное количество опубликованных писем приходило из воинских частей, военных училищ и госпиталей. Содержание крестьянских писем, опубликованных в «Бедноте», охватывало проблемы агитационно-просветительской работы на селе, социальной борьбы в деревне, помощи крестьян Красной Армии, деятельности советов, большевистских и комсомольских ячеек среди крестьян.

Приемы и методы, выработанные редакцией «Бедноты» при подготовке читательских писем к публикации, активно использовались другими популярными советскими газетами. Чтобы сделать агитацию и пропаганду на

¹⁵⁵ Рубрика «Партийная работа в деревне»: «партийное влияние слабое», «партячейки авторитетом не пользуются», «что касается комсомола, то члены последнего ввиду плохих экономических условий из деревни бегут на заработки, поэтому работы никакой не ведётся (Беднота. 1923. 25 янв.).

страницах газеты более действенной, редакции «Бедноты» стремилась проверять достоверность информации заметок внештатных корреспондентов. Так, редактор «Бедноты» В.А. Карпинский 30 мая 1919 г. через газету обратился с открытым письмом в ЦК РКП(б), где писал о намерении редакции начать с помощью следственной комиссии при революционном трибунале собственную проверку критических сигналов в письмах читателей. Он объяснял это решение тем, что письма, посылаемые в учреждения для проверки, остаются без ответа¹⁵⁶. Но такую возможность имели только центральные газеты РКП(б). Другие центральные и основная часть региональных газетных изданий не располагали возможностями для проведения подобных проверок.

Газета «Голос трудового крестьянства¹⁵⁷» до июля 1918 г. в основном публиковала указы сельских и волостных крестьянских сходов. Читательских писем было мало. С переходом газеты в руки большевиков положение изменилось. В среднем в каждом номере газеты помещалось по 11–12 заметок. Тематика селькоровских заметок в «Голосе трудового крестьянства» была примерно такая же, как и в «Бедноте». Но «Голос» уделял больше внимание экономической жизни на селе, крестьянской психологии, положению женщин в деревне. Авторами большинства писем в «Бедноту» были красноармейцы, представители советского, партийного и комсомольского актива деревни. Большинство из них были грамотными людьми и писали сами. Но во многих случаях крестьянские и красноармейские корреспонденции представляли собой запись, сделанную вместо безграмотного автора его грамотным односельчанином. Для печати редакция отбирала только те письма, которые лучше всего могли

¹⁵⁶ «Беднота». 1919. 30 мая.

¹⁵⁷ «Голос трудового крестьянства» выходил с конца 1917 г. по май 1919 г. включительно. До июля 1918 г. газета носила левозэсеровскую направленность. С начала 1918 г. она была официальной газетой Крестьянской секции ВЦИК. После разгрома мятежа левых эсеров, она стала большевистской и с осени того же года стала органом Наркомзема. В этом качестве она просуществовала до своего закрытия.

пропагандировать политику новой власти. Во многих случаях текст сокращался. Это практически никогда не отмечалось и не оговаривалось. Из-за малограмотности подавляющего большинства сельских и красноармейских корреспондентов, в целях усиления идеологической направленности крестьянских писем при их расшифровке и подготовке к печати они подвергались сильному редактированию. Текст мог измениться до неузнаваемости. Сотрудники отдела крестьянских писем «Бедноты» перекраивали предложения, целые фразы и фрагменты. При этом работники редакции стремились сохранять особенности стиля автора. В ходе этой работы в ряде случаев работники редакции могли настолько вольно трактовать текст, что получалась не одна, а несколько редакций одного письма.

Реальность прессы / реальность мифа, заключенного в природе медийных каналов. Это утверждение одновременно предполагает, что миф оперирует понятиями о превращении беспорядка в логически выстроенный порядок, в котором мифу принадлежит определенное место в познании картины мира. Согласно вышеприведенной концепции У. Липпмана, средства массовой информации являются важным условием успеха любой политической деятельности, их информационно-пропагандистская деятельность строится на внедрении в сознание людей ценностей в виде системы стереотипов, стандартов поведения, социальных мифов, политических иллюзий. Стереотипы, приближенные к мифам, активно действовали в советской прессе, реализовывались с помощью слов-символов, которые в действительности были довольно бессодержательны. Их разрушение происходило под влиянием обыденного опыта, эмоциональной реакции на изменение политической действительности. В этом случае выступления печати представляли собой законченную идею, которая возникала в результате ментального столкновения двух миров,

реального и ирреального, являли собой локальную политическую функцию, интенцию политической власти.

Если исходить из синкретичного характера публицистического познания, то неразрывность понятийно-образного выделения действительности есть типформирующая характеристика мифа, то мифотворчество и мифологизация – коммуникационный процесс, включающий как создание мифа и его повторение, так и восприятие. Предназначение прессы в системе взаимоотношений государства и СМИ, в процессе трансляции мифов, по мнению исследователя А. М. Цуладзе, выглядит следующим образом: «Медийные каналы являются главными поставщиками и производителями мифов, и поэтому государство заинтересовано в их жестком контроле и влиянии на процесс мифотворчества»¹⁵⁸. В процессе мифотворчества и мифологизации использовались:

- явный миф – его успех в советской прессе определялся интересом аудитории (фольклорные истории, персонажи, популярные личности и произведения искусства и т.д.), влияние было ограничено слабой актуализацией;

- скрытый миф – часть системы субъективных представлений общества об окружающем мире, использование в информационных материалах позволяло актуализировать текст, но сокрытие явных фактов вызывает негативную реакцию;

- долговременный миф – устойчивый, применялся для усиления внимания к той или иной проблеме;

- глобальный миф – основа идеологии внутренней и внешней политики государства;

- местный миф – направлялся на поддержку борьбы за раздел сфер влияния на территориях;

¹⁵⁸ Цуладзе А. М. Указ. соч. С. 58.

- сословный миф – адресовался определенным группам населения по сословному или профессиональному признаку;

- имиджевый миф – использовался для создания образа политического лидера, для манипулирования общественным сознанием.

Пролетарские мифы зарождались в условиях переизбытка информации, а методы их создания зависели от характеристик информационного пространства данного общества. Общество получало их под видом новостей, транслируемых прессой, они являлись мощным инструментом оперативного управления массовым сознанием, инструментом осуществления политического господства, контролем мыслей и поступков миллионов людей. Политическая реальность, демонстрируемая печатной прессой, была низведена до того уровня, на котором она становится реально отражаемой и включенной в мифический порядок вещей.

С первых лет советской власти проявлялась характерная черта советского режима – бюрократизм, который представлял собой достаточно большую угрозу для советской власти. Партийные публицисты предложили популистское средство, которое внешне выглядело очень эффектно, однако не могло справиться с бюрократизмом и сократить материальный и социальный разрыв между партийно-государственным чиновничеством и массой. Публикуемые журналистские тексты содержали предложения: выдвинутых на советско-партийную работу передовых рабочих время от времени возвращать обратно на завод, чтобы они не потеряли связь с массами. «Назад, на заводы передовых рабочих – вот задача дня, – призывала «Красная газета»¹⁵⁹. Советский строй так и не смог избавиться от бюрократизма, он во многом предопределил дальнейшую стагнацию советской системы.

Партийная пресса предлагала ту интерпретацию событий, явлений, которая была выгодна системе или группе, контролирующей тот или иной

¹⁵⁹ Назад по заводам// «Красная газета» (Петроград). 1919. 3 апреля.

канал. Например, мифологемы: «Долой войну», «Мир – народам», «Земля – крестьянам», «Фабрики – рабочим» и др., выдвинутые в обстановке военного экономического кризиса, были востребованы всеми категориями населения, затрагивали интересы каждого из них¹⁶⁰. Это приводило к тому, что бессознательные побуждения теряли традиционные нормы и становились социальными проблемными комплексами.

Мифы подлежали повтору и транслированию по всем печатным каналам, тиражи которых ежемесячно росли. Это способствовало возникновению устойчивых, систематизированных символов. Соответствующую роль в этом процессе играли ссылки на «авторитеты демиургов» (Ленина, Сталина, большевиков-ленинцев). «Правильное поведение формировалось через тиражирование образцов революционного поведения вождей, масс, среди которых доминировали коммунисты, комсомольцы.

Пресса стремилась привлечь и удержать внимание аудитории любыми доступными средствами, активно мифологизировалось индивидуальное и общественное сознание, намеренно продвигаемые определенные идеи скрывались за маской беспристрастности¹⁶¹. Показательны в этом плане кампании по всеобщему осуждению врагов народа в 30-40-е годы, обсуждение советской Конституции, выборы высших органов власти. В отличие от событий, которые происходят естественным образом, в обязанности средств информации входила их организация¹⁶².

¹⁶⁰ Петроградская правда // 1918. 29 янв.; 8 окт.; 12 ноября.

¹⁶¹ Например, одна из рубрик газеты «Крестьянская газета для молодежи» «Удары кризиса. «У нас. У них». Другие примеры: Рубрика «Шаги социализма»: «Самый большой самолет в СССР АНТ-13 поднимает 43 человек; Трактор № 20000 сошел с конвейера Сталинградского тракторного завода; Ежедневно закрываются заводы в Германии, не находя покупателей для своей продукции. Только за два дня 12 крупных предприятий прекратили работу и уволили несколько тысяч рабочих, увеличив 5,5-миллионную армию безработных» // Крестьянская газета для молодежи. 1932. № 4. 16 января.

¹⁶² Например, кампания «К Всесоюзной выставке крестьянских стенгазет», организованная газетой «Беднота» // Беднота. 1926. 2 апр.

Явное отсутствие объективности при освещении событий и недостоверная фактическая основа нередко приводили к тому, что общество переставало верить газетным сообщениям. Это влияло на психологию, общественные настроения, влияло на формирование недоверия к публикуемым текстам. В создаваемом информационном вакууме люди начинали верить слухам. Опасность слухов, вирусного маркетинга, «сарафанного радио» усугублялись тем, что они распространялись быстрее, чем газеты. Нередко слухи целенаправленно фабриковались и распространялись политическими противниками. Формировавшиеся под их влиянием мифы приобретали определенное идеологическое звучание, влияли на развитие политической, социальной ситуации. Так, в режиме предвыборной «страды» пресса начинала работать задолго до начала выборов. Газетные полосы заполнялись фотоизображениями, текстами, биографиями достойных представителей блока коммунистов и беспартийных. На обывателя обрушивался поток обещаний и сказочных перспектив дальнейшего развития советского общества.

Журналистские тексты проходили через своеобразные «фильтры» соответствия требованиям власти: трансляция категорий жертвенности, оптимизма, риторики побед, хвалебной риторики, смещению в будущее, присутствие положительной символики, акцентирование внимания читателей на перестройке моделей человеческого поведения и др. Представляемые прессой мифы влияли на установки, типы поведения, которые желательны в обществе, соответствуют господствующим нормам справедливости, морали, или же им противоречат.

Независимо от того, в каком качестве аудитория воспринимает прессу, – как источник информации, как источник развлечения или как контакт с внешним миром, самым проверенным и безошибочным методом воздействия на человеческое сознание оставалось обращение к эмоциям и чувствам. В арсенале советской журналистики имелся весь спектр стилистических

приемов подачи информации, которые вызывали самую разнообразную реакцию. В зависимости от цели и условий проблема раздувалась или, наоборот, смягчалась, сообщались сенсационные данные сразу или же они приберегались на конец; озвучивались одни факты и умалчивались другие; сообщаемая важная информация прямо или же незаметно вплеталась ее в контекст и т.д. Советский миф совмещал в себе определенный набор компонентов: картину мира в виде мифологизированной концепции социальной правды; точку во времени, связанную с национальной историей и культурой; образы светлого будущего; противопоставления: «они – мы», «добро – зло», «герой – антигерой», «прошлое – будущее», «небесное – земное», «война – мир», «жизнь – смерть», «свобода – угнетение» и др. Транслируемые мифы были призваны вызывать у человека позитивные чувства по отношению к тем или иным социальным явлениям. При этом скрывался факт использования в данном процессе мифов, их возможность вызвать на поверхность тот архетип, который позволял бы задать определенное направление деятельности посредством коммуникационных каналов. Пресса, тиражируя мифы, осуществляла связку желаемого и должного языком текстов, а затем – конкретными политическими действиями. Роль мифа и слова в политике была настолько разнообразной, что зачастую теоретическое осмысление их места и роли заменялось примерами разных ситуаций, чтобы стать действующим элементом политического процесса, он должен был быть сконструирован в соответствии с обстоятельствами исторического момента. При этом Н. И. Шестов считает, что для практического и универсального применения схемы техники мифотворчества, «объясняющей воздействие мифа на массовое сознание и на деятельность политических институтов, существует одно препятствие. Исследователь должен быть согласен с тем, что техника мифотворчества принципиально едина и в тоталитарных обществах, и в демократических, несмотря на то, что политический процесс развивается по различным

сценариям»¹⁶³. Такой подход возможен, но при условии рассмотрения социально-политического мифа как явления исторического, допускающего разнообразие форм.

Советский миф стремился быть похожим на правду, выступать в роли инструмента, позволяющего манипулировать массами, быть фундаментом для формирования пролетарской идеологии, поддерживать уровень смыслового фона, интерпретационного контекста. Наличие такого контекста позволяло индивиду, группе или обществу в целом осуществлять совместную деятельность, несмотря на существующее различие целей и мотивировок. Политическая практика интерпретировалась в мифологических формах самим общественным сознанием, индокринировалась в него через различные информационные каналы, являлась привилегированной областью мифических значений. От мира миф получал историческую реальность, «в конечном счете, всегда определяемую тем, как сами люди ее создавали либо использовали; миф уже отражает эту реальность в виде природного образа»¹⁶⁴. Магическая функция слов производила максимальный эффект.

Процесс перестройки мышления требовал и формировал специфические особенности предмета отражения, передаваемого прессой, – создание портрета массы, передачи коллективного настроения, коллективных поступков, показа техники, рассказов о технологии. Человек уходил на второй план¹⁶⁵. В этот период пролетарская пресса на невиданные высоты подняла архетип близнецов, пролетарских демиургов, стоящих у начала мира. Первая пара близнецов – Маркс и Энгельс, далее – Ленин и Сталин. Прочное воцарение демиургического архетипа усиливается после смерти Ленина: «Под знаменем Ленина-Сталина, вперед к победе коммунизма»¹⁶⁶.

¹⁶³ Шестов Н. И. Указ. соч. С. 139..

¹⁶⁴ Барт Р. Указ. соч. С. 269.

¹⁶⁵ Например, Погодин Н. У расплавленного металла // Правда. 1927. 6 окт.

¹⁶⁶ Страдающий Аким. В. Ленину. // Беднота. 1918. 11 сент.; Гулов Г. Дорогому товарищу Ленину. // Беднота. 1917. 11 сент.; К-в Ф.Мировому вождю пролетариата В.И.Ленину // Беднота. 1918.12 сент.; Клянемся // Петроградская правда. 1924. 24 янв.; Правда. 1924. 30 янв.; Гуздев. Слесарь. Чтоб Ильича уничтожить – смерти еще такой нет // Петроградская

Параллельно с внедрением архетипа близнецов в сознание масс шла их усиленная героизация, сакрализация. Их мифообразы – скрепы демиургической составной милленаристского мифа, они являлись непререкаемой догмой советской политической системы.

В текстах, транслируемых прессой, обязательно присутствовал миф пролетарского героя, который олицетворял собой идеалы новой жизни, советского героизма, новые идеалы и ценности нового социума. Со временем акценты с пропаганды подвигов героев гражданской войны постепенно смещаются на героев труда, под которых подгонялись новые моральные ценности. Высочайшая энергетика и напряженность мифа пролетарского героя позволяла органично вписывать его в любые формы. На первый план выходила символика его героического поведения, схема которой – презрение к трудностям и смерти. Герои индустриализации и коллективизации также лишены страха, они должны были подавлять в себе все эмоции, чувства, слабости. Притягательность мифа героя очевидна, психологическое значение менее очевидно, но не менее значимо. Героические мифы были не похожи в деталях, но сходны по структуре, единой композиции. Советский герой рождается в семье скромного достатка, с ранней юности о нем рассказывают как об обладателе нечеловеческой силы, редкостного трудолюбия, о его продвижении к славе или к власти, о его битвах с силами зла, их разгроме, о его гибели из-за предательства или в результате героического принесения себя в жертву, он равнодушен к материальным благам. Подобная модель имела определенное психологическое значение для человека, стремящегося раскрыть и утвердить свою индивидуальность, лидерские качества для всего общества. Героический миф имеет еще одну особенность: первоначальная слабость героя уравнивается появлением сильных покровителей,

правда. 1924. 25 янв. и др.; «Правда» из номера в номер печатала список партийных и правительственных организаций, приславших в газету свои соболезнования. К 27 января перечень насчитывал 438 организаций. Корреспондент газеты «Петроградская правда» посчитал, что ежедневно в зал для прощания допускалось 7-8 тысяч человек, за сутки – около 200 тысяч // Петроградская правда. 1924. 25 янв..

опекающих героя и облегчающих ему решение сверхчеловеческих задач, с которыми невозможно справиться без их помощи¹⁶⁷. Подобная героизация, транслируемая прессой, влияла на массовую деперсонификацию, универсализацию мышления личности. Эти качества способствовали не столько реализации определенной идеологической программы, сколько укреплению власти и установлению контроля над массами. Помимо этого сохранялась лозунговая направленность мифотворчества, осуществляемого информационными каналами. Это влияло на формирование тематической направленности героических текстов¹⁶⁸.

В античной истории и в обрядах современных первобытных племен содержится богатый материал о мифах и ритуалах посвящения (инициации), проходя через которые юноши и девушки разлучаются с родителями и поневоле становятся членами клана или племени. Но поскольку насильственное отторжение от мира детства принесло бы ущерб начальному родительскому архетипу, то это обращают во благо через целительный процесс внедрения в жизнь общины. Между героическим мифом и обрядом инициации есть одно бросающееся в глаза отличие. «Типичный героический персонаж из сил выбивается, чтобы достичь своей амбициозной цели и, в конце концов, приходит к ней, пусть ценой немедленного наказания или смерти за свой *hybris*. В противоположность этому в обряде посвящения новообращаемого призывают отказаться от амбиций и всех желаний и покориться суровому испытанию»¹⁶⁹. Транслируемый прессой обряд инициации в советском обществе затрагивал все возрастные категории: торжественный прием в октябрята, пионеры, в ряды ВЛКСМ, в члены

¹⁶⁷ Так, например, среди древнегреческих героев у Тезея богом-покровителем был бог моря – Посейдон, у Персея – Афина, Ахиллеса наставлял и обучал мудрый кентавр Хирон. - Юнг К. Г. Человек и его символы. С. 109.

¹⁶⁸ Начало подобной тематической закрытости 20-30-х годов продолжалось вплоть до конца 80-х. Героев было не так уж и много: Паша Ангелина, Никита Изотов, Дуся и Маруся Виноградовы, Никита Карацупа, Полина Осипенко, Валерий Чкалов, Валентина Хеттагурова, Валентина Гризодубова, Мария Демченко, Алексей Стаханов и др. См., Например: Андриянов В. Третья смерть Алексея Стаханова // Правда. 1989. 4 декабря.

¹⁶⁹ Юнг. К. Человек и его символы. СПб.: Ун-тская книга, 1997. С. 128.

коммунистической партии. Он маркировался определенными фишками (значками, галстуком, комсомольским, партийным билетом и т.д.). Участники инициаций вынуждены были отказываться от каких-либо других убеждений, зачастую скрывая это.

В прессе увеличивались сегменты положительных символов, хвалебной риторики, деформирование той или иной ситуации в необходимом направлении, а не в установлении и показе истины. Этому способствовала высочайшая энергетика и напряженность былинно-героических преданий, которые позволяли органично вписывать их в любые формы¹⁷⁰.

В Советском Союзе был свой «новояз», который отображал и модифицировал реальность¹⁷¹. По мнению Г. Лебона: «Когда после разных политических переворотов и перемен религиозных верований в толпе возникает глубокая антипатия к образам, вызываемым известными словами, то первой обязанностью настоящего государственного человека должно быть изменение слов. Переименование и поименование популярными или нейтральными названиями тех вещей, которых толпа уже не выносит больше под прежними именами. Новая власть активно переименовывала окружающий мир. В реальности советского новояза пульсировала особая жизнь: министры стали наркомками, офицеры – командирами, солдаты – красноармейцами и т.д. По магическому принципу новые слова должны были изменить реальность»¹⁷². Города и улицы переименовывались в честь пролетарских вождей: Ленинград, Сталинград, Киров, Свердловск, Сталинабад, искусственно образовывались имена¹⁷³. Реальным бытием обладали лишь общие понятия – «универсальный», а индивидуальные,

¹⁷⁰ Наряду с существующими историями об Илье Муромце, Алеше Поповиче, Добрыне Никитиче, Разине, Пугачеве, рождались новые мифы – о Чапаеве, Петьке, Анке-пулеметчице, Буденном, Котовском.

¹⁷¹ Термин «новояз» Д. Оруэлл озвучил в антиутопии «1984»

¹⁷² Цуладзе А. М. Указ. соч. С. 93.

¹⁷³ Например: Видлен (Великие идеи Ленина), Ворс (Ворошиловский стрелок), Даздрасмыгда (Да здравствует смычка города и деревни), Изаида (Иди за Ильичом, детка), Порес (Помни решения съезда) и др.

конкретные вещи являлись не более как их «атрибутами». Преобладание вербального скрывало истинное состояние дел, вербальное пространство становилось важнее невербального, общество нуждалось в символах.

Еще одно направление деятельности прессы – трансляция сфабрикованных искусственных репутаций, сочинении фантастических биографий, рекламы вождей, пролетарских обрядов и др. Пролетарский вождь Л. Д. Троцкий приводит следующие факты: «со времен Октября повелось так, что на бесчисленных собраниях в почетный президиум выбирались Ленин и Троцкий. Сочетание этих двух имен входило в разговорную речь, стихи и частушки. Надо было разъединить два имени, хотя бы механически, чтобы затем политически противопоставить их друг другу. Теперь в президиум стали включать всех членов политбюро. Потом стали их размещать по алфавиту. Затем алфавитный порядок был разрушен в пользу новой иерархии вождей. На первое место стали ставить Зиновьева. Пример подал Петроград. Еще через некоторое время стали появляться почетные президиумы без Троцкого. Потом первое место стало отводиться Сталину. Если председатель не догадывался провести то, что нужно, его неизменно поправлял газетный отчет. Карьеры создавались и разрушались в зависимости от расстановки имен в почетном президиуме»¹⁷⁴. Подобная визуальность, производная советской системы, позволяла контролировать вербальное и невербальное пространство. Внедренные в сознание масс мифы опутывали это пространство, являлись двумя основными координатами, по которым строилась советская идеология, унифицирующая сознание граждан.

Классовая структура советского государства складывалась по двум направлениям: рабочий класс, крестьянство, а интеллигенция – классовая прослойка. Подобная дифференциация основывалась на единении, верности и преданности советскому государству рабочих и крестьян, символ и мифообраз которого – «серп и молот». Согласно партийной концепции

¹⁷⁴ Троцкий Л. Д. Моя жизнь. Опыт автобиографии. Иркутск: Вост.-Сибирск. кн. изд-во, 1991. С. 473-474.

Германии, отмечает Ж. Желев, «самая чистая, не развращенная политикой часть населения – крестьяне, поэтому они становятся излюбленным сюжетом официального изобразительного искусства»¹⁷⁵. В период 1917–1922 гг. два миллиона граждан, относящихся к «прослойке», покинули Россию, в том числе и буржуазная интеллигенция. Самостоятельное существование оставалось только за технической интеллигенцией. Гуманитарные знания объявлялись бессмысленными и предавались осмеянию. Для подрастающего поколения интеллигенции существовали официально оговоренные и узаконенные проценты приема в высшие учебные заведения: 60-80 процентов выделялось для детей рабочих и крестьян. Так искусственно создавалась модель новой пролетарской интеллигенции, построенная на уничтожении одних и возвеличивании других людей из рабочего класса и крестьянства. Широко транслируемые печатной прессой мифы «союз серпа и молота», «пролетарская интеллигенция» формировали новую ментальность не под воздействием реальных событий, а с точки зрения их вербального освещения и социального заказа.

Для советской идеологии была характерна категория анонимизации, которую можно охарактеризовать как конструкт, способный объяснить некоторые процессы, связанные с советской ментальностью. «Ситуация в восприятии страны запутывалась окончательно дублированием многих звеньев управления: ЦК – Совмин, обком – облсовет, горком – горсовет, райком – райсовет. По письменному праву власть принадлежала одной структуре, фактически – иной. Поэтому на поверхности всегда было анонимное принятие решений»¹⁷⁶. Анонимизация приветствовалась, в прессе преобладали анонимные тексты или подписанные псевдонимом.

Новым содержанием заполняется архетип «хорошее/плохое» пространство, представляемый прессой, который содержал противоположную оценку лидерам-коммунистам: есть верные ленинцы

¹⁷⁵ Желев Ж. Фашизм тоталитарного государства. М.: Новости, 1991. С. 145.

¹⁷⁶ Почепцов Г. Г. Тоталитарный человек. Киев: Глобус, 1994. С. 61.

(хорошие), с одной стороны, и нарушившие принципы ленинизма (плохие) – с другой. Деление на хорошее / плохое пространство – одно из самых архаичных представлений. Это отмечает М. Элиаде: «Во вселенной есть центральная область, то есть деревня и обрабатываемые поля, населенные людьми; эта центральная область окружена пустыней, полной камней, болот и плохих лиц»¹⁷⁷. Миф огромным слоем окружает данность. В нем для непосредственной данности остается очень мало места. В наших современных научных представлениях, считает Д. С. Лихачев, «упаковка», в которую укладываются данные непосредственной действительности, занимает сравнительно меньшее место, но без нее наука не может обойтись¹⁷⁸.

Советское государство в новой идеологии являло собой центр мироздания, Москва – столица центра мироздания, границы центра охраняют элитные силовые структуры. Все, что за границей, – это плохое пространство. Народные массы под влиянием советской пропаганды воспринимали то, что за границей, как иной мир. Капитализм выступал в роли ярого противника, у нас равенство – у них неравенство; у нас гарантированное право на труд – у них безработица; бедные голодают – у нас растет благосостояние народа и др. Описание буржуазного мира изобиловало указаниями на его хаотичность: произвол и беззакония, бесправие, неуверенность в будущем, власть денег, стихия рынка, неравенство и др., социалистический лагерь упорядочен, общество построено на строго научных основаниях, плановая экономика, равные возможности для всех. Власть понимала, что «хорошее пространство» необходимо увеличивать, «хорошее пространство», по замыслу советских идеологов, должно было победным маршем пройти по всей планете (мировая революция). Сознание граждан на десятилетия было повернуто в это хорошее

¹⁷⁷ Элиаде М. Космос и история. М.: Прогресс, 1987. С. 223.

¹⁷⁸ Лихачев Д. С. Очерки по философии художественного творчества. СПб.: Указ. соч. С. 6.

пространство («Красна песня складом, Советский Союз – ладом», «Говорят в Москве, а слушают по всей стране», «Видна из Кремля вся советская земля», «Власть советская пришла, жизнь по-новому пошла» и др.). Народ оставался в плену дефицита информации о внешнем мире. Устойчивые стереотипы мышления не разрушались, а только менялись знаки. Подаваемые прессой тексты идеологизировались, миф как бы выворачивался наизнанку: официальная пропаганда утверждала позитив, со знаком «минус» шла сообщаемая зарубежная информация.

В основе мифологического восприятия мира лежит его разделение на «добро и зло». С 30-х годов в роли «зла» выступал враг. Исследователь Н. И. Шестов доказывает, что мифологемы «пролетарская диктатура», «враг народа», «мировой империализм» выполняли пропагандистские функции, «высокий статус которых, заданный властью, исключал их научную разработку. Они использовались наукой исключительно в форме идеологических штампов, нивелировавших конфликтность пластов политической мифологии отдельных социальных групп»¹⁷⁹. Борьба со злом составляла приоритетное направление официальной политики партии. Зловеще звучали газетные шапки-лозунги первых полос: «Искореним врагов народа – троцкистско-бухаринских шпионов и вредителей, наймитов иностранных фашистских разведок», «Смерть изменникам Родины!», «Разоблачим до конца всех и всяких двурушников!», «Враги отравили сына Горького», «Тихо! Враг подслушивает!», «Вражеское окружение», «Уничтожь империалистическую гадину!». Наблюдение за этим рядом мифологем позволяет сделать вывод об их истоках, истории российского общества. По утверждению Н. Г. Щербининой, борьба с политическими оппонентами объявлялась непримиримой (до смерти), трактовалась как вооруженная схватка (модель двух крепостей), и врагу приписывался

¹⁷⁹ Шестов Н. И. Указ. соч. С. 125.

змеевидный образ (его основное качество – коварство)¹⁸⁰. Обвинения в шпионаже, замыслах терактов и прочего в ходе массовых репрессий не подвергались проверке простым здравым смыслом именно из-за их мистического характера. Потенциально опасными были граждане, имевшие контакты за границей (анкетные пункты о родственниках за границей, пребывании на оккупированной территории и др.), предков из нетрудящихся сословий, репрессированных родственников. Инакомыслие также было видом пособничества врагу и жестоко преследовалось. Существовала «атмосфера общественной нетерпимости», порожденной подсознательным страхом. Эмоциональные и иррациональные факторы, простейшие элементы человеческой психики, обладающие универсальным значением, по мнению У. Липпмана, становились «стержнем личной традиции» человека, «защитой человека в обществе»¹⁸¹.

В советской прессе наблюдалась тематическая дифференциация подачи текстов в зависимости от специфики аудитории, ее социального, религиозного положения. Так, религия с первых же дней существования советского государства не вписывалась в идеологические догмы большевиков. Идеологи режима запускают и «раскручивают» миф о причастности церкви к организации голода, и только золото из православных храмов может спасти голодающих¹⁸². Государство уходило от ответственности в организации разрухи и голода в стране и, пользуясь моментом, эту проблему перекладывало на церковь. С другой стороны, цель

¹⁸⁰ Например, в это же время появился плакат художника Сергея Игумнова «Искореним шпионов и диверсантов троцкистско-бухаринских агентов фашизма!», на котором мускулистая рука пролетария сжимала в смертельной хватке шею змеи, высунувшей в бессилии свое жало. Каждому советскому человеку был понятен символический смысл концепции: змеиный враг человечества, который шпионит и вредит политике – троцкистско-бухаринская оппозиция партии и народу. То есть символическая политическая борьба понималась как змеборчество, а именно битва со злом вообще, будь то враг внутренний или внешний. - Щербинина Н. Г. Герой и антигерой в политике России. М.: Весь мир, 2002, С. 69.

¹⁸¹ Липпман У. Указ. соч. . С. 95.

¹⁸² Евстигнеев Ю. Поволжье дат нам урожай.//Беднота.1922.18 янв.; Горев М. Все на борьбу с голодом // Беднота. 1922. 9 февраля.

антирелигиозных публикаций – еще раз показать народу ничтожность и жестокость представителей религиозного клана, повернуть население к новой вере. Ведущая шапка газетных полос: «Религия – опиум для народа!».

В активе советской пропаганды также широко использовался глобальный миф, традиционные исторические, идеологические и социально-политические установки которого контролировала власть («Я другой такой страны не знаю, где так вольно дышит человек», «советский образ жизни – лучший в мире», «СССР – великая мировая держава») и др. Эти иллюзорные представления затушевывали неравенство, сложившееся в советском обществе, скрывали существование партократии, ситуацию с ограничением поступления в вузы выходцев из дворянских слоев населения. Печатная пресса активно использовала полуправду и инсинуации, используя ложную аргументацию, неадекватные факты. Манипулирование сводилось к ложным выводам из истинных фактов, смешиванию клеветы и правды, нарушению временных и логических связей между фактами, представлению их в ложных взаимоотношениях¹⁸³. Утверждение В.И. Ленина о том, что «в области явлений общественных нет приема более распространенного и более несостоятельного, как выхватывание отдельных фактиков, необходимо брать не отдельные факты, а всю совокупность относящихся к

¹⁸³ Например, в 20-е годы в связи с провозглашенной общей демократизацией общественной жизни были аннулированы паспорта. Эксперимент провалился, и в декабре 1932 года они вводятся вновь. На страницах СМИ создается и широко тиражируется тезис о демократической паспортной системе в СССР. Но при этом во всех газетных публикациях умалчивался тот факт, что паспорта с обязательной пропиской вводятся только для населения городов, рабочих поселков, районных центров, новостроек, совхозов, МТС, а также в 100-километровой полосе вдоль европейской границы СССР и в нескольких пригородных зонах. Во всех прочих сельских местностях население (колхозники) паспортов не получало и учитывалось по спискам, которые велись сельсоветами. Это крайне ограничивало свободу передвижения сельского населения. Но об этой части сложившейся ситуации печатные СМИ умалчивали. Перед нами прием инсинуации: имеющие место факты обосновывались ложными тезисами и из них вытекали, соответственно, ложные выводы

рассматриваемому вопросу фактов, без единого исключения»,¹⁸⁴ воспринималось идеологами с точностью до наоборот.

Среди многочисленных приемов советской пропаганды особое место занимала статистика. Статистические данные всегда выглядят объективными и строгими фактами, а язык цифр кажется убедительным, эти факторы создают цифрам ореол неоспоримой авторитетности. Публикация статистики являлась излюбленным приемом советской пропаганды и являлась оптимальным вариантом для создания статистических мифов. Официальные органы статистики в советском государстве представляли собой часть государственного аппарата. В отношении общих показателей производства стали, чугуна, электроэнергии и т.д. советская статистика старалась давать точные сведения. Положение резко менялось, когда заходила речь о важнейших социальных явлениях. Так, все достижения советского государства сравнивались с данными статистики 1913 года – не самого лучшего года российской империи. Стройки пятилетки были под пристальным вниманием печатной прессы, их системное освещение шло в позитивном, патриотичном ключе. Но при этом все отрасли хозяйства в советской стране в тот период были нерентабельны и существовали лишь за счет крайне низкой стоимости рабочей силы¹⁸⁵. Низкая культура народного хозяйства являлась следствием потери почти миллиона высокообразованных специалистов, эмигрировавших за границу в годы Гражданской войны. Подобные факты находились под контролем идеологов системы, были закрыты для прессы.

Табуировались статистические данные по поводу малообразованности советского правительства. Если первое советское правительство было самым высокообразованным в мире, то в 30-е годы образовательный ценз руководства страны не отвечал минимальным требованиям цивилизованного

¹⁸⁴ Ленин В. И. Полн. собр. соч. Т. 30. М., 1962. С. 350-351.

¹⁸⁵ См.: СССР за 15 лет – М.: Госпланиздат, 1932. 215 с.; Статистические материалы по народному хозяйству. М.: Госпланиздат, 1932. 267 с.

общества. Из массы губернского начальства и руководящих работников наркоматов высшее образование имели 0,2 процента. В сталинском Политбюро после 1932 года не было ни одного человека с высшим образованием¹⁸⁶. Пресса также широко использовали статистику при публикации данных о снижении цен на промышленные и продуктовые товары. Мизерное ценовое снижение служило событийным поводом для очередных публикаций во всех информационных каналах страны, внедрения в сознание граждан мифа о непрестанной заботе государства. Активное использование статистики практиковалось при проведении избирательных кампаний. Итоги выборов – 99,8 или 99,9 процента проголосовавших «за нерушимый блок коммунистов и беспартийных», публиковавшиеся на страницах печати, затушевывали социальные противоречия советского общества. Статистика, сообщаемая прессой, сводилась к маскировке подлинной действительности, размыванию антагонистических противоречий, к защите социалистической системы, единственной и верной, и являла собой мощное пропагандистское оружие советской системы.

Символы жертва и жертвенность определяли весь ход советской истории¹⁸⁷. Публицистический накал газетных текстов был высок и искренен: и жертва, и журналист, пишущий о жертве, верили, что путь к светлому будущему тернист и кровав. Перестройка модели человеческого поведения была ориентирована на примеры определенного личностного жертвования (смерть, изнурительный труд) ради победы иерархического высшего уровня – государственного. Герои, порожденные системой, поддерживали риторику побед. Рядовые армии строителей новой жизни оставались героями массовки. Это оправдывалось запросами потребителей информации, поскольку им необходимо было зрелищное событие, отличное от его серых будней.

¹⁸⁶ Чирков Ю. И. Соловки // Советская культура. 1989. 4 марта.

¹⁸⁷ См., например, очерки «Комсомольской правды»: Яш-ов И. В борьбе с калымом, баями и Кораном (июнь 1925 г.); Гайдановский Г. Паша Байгудинова (июль 1925 г.); Погодин Н. Комсомолец с Полесья (июль 1925 г.); Ордынский Д. Сашко (сентябрь 1925 г.); Кин В. Годовщина (октябрь 1925 г.) и др.

Перестройка сознания людей, традиционной модели их поведения способствовала внедрению нового советского мифа в угоду модели государственных побед. Она требовала и формировала специфические особенности предмета отражения – создания портрета массы, передачи коллективного настроения и поступков, показа техники, рассказов о технологии. В годы первых пятилеток на страницах газет, общественно-политических и художественных журналов ведущее место заняла публицистика. На протяжении многих лет рубрики «Люди и факты», «Новый быт», «По Советской земле», «Рабочая жизнь» и др. не сходили со страниц советской прессы. Публицистические тексты М. Горького, М. Кольцова, И. Ильфа, Е. Петрова, Ф. Панферова, Н. Погодина, Д. Заславского, Б. Горбатова, Б. Галина, Б. Агапова, Вл. Ставского, С. Диковского и др. органично представляли мифосимволику социализма. Пресса на высоком профессиональном уровне организовывала советское мифическое пространство, выстраивала новое соотношение между законодательной, исполнительной и судебной ветвями власти, прессой. Одни миллениаристские мифы рождались, другие умирали, получали «логическое» оформление, перерастали в коммунистическую мифологию, национальную идею («Коммунизм – светлое будущее человечества»). Советский миф подгонял мифы «под себя», его пространство становилось местом борьбы за монополию легитимного насилия посредством монопольной прессы. Возродившиеся архаические системы оказались способными возродиться, мифы постулировали содержание как реальность, и это содержание становилось реальным для потребителей печатных текстов: стремление переделать мир порождало мифы о возможности правильного его преобразования.

Главные реалии советского периода заключались в том, что окончательно восторжествовала однопартийная система, идейные конфронтации и мнения исчезли, новая ситуация возродила миф о всеобщем

благополучии граждан. Люди вводились в состояние транса, не осознавая этого, с помощью агитационно-пропагандистских ключевых слов, мифологем, символов, образов, ритуалов: «Партия и Ленин – близнецы-братья!», «Партия – ум, честь и совесть нашей эпохи», «Партия – наш рулевой». Ведущие газетные жанры: статья, очерк, фельетон. Свободная композиция, художественный вымысел, революционный пафос позволяли создавать широкомасштабные полотна, показывать величественную фигуру социалистического героя. В этот период очерк оказался той ступенью, по которой начиналось восхождение к вершинам художественного обобщения и отражения подвигов, подвижничества, героизма, он становился своеобразным аккумулятором фактов – как непосредственно наблюдаемых, так и отраженных. А.М. Горький сравнивал его «с колоссальной всесоюзной школой, воспитывающей новых людей». В широком потоке очерков, публиковавшихся в 30-е годы, происходит их внутреннее разделение по различным типам и видам: индустриальный, сельскохозяйственный, портретный, путевой. Публицистика периода становления и развития советского государства в совокупности дает наглядное представление о сложном историческом периоде, вобравшем в себя первые советские пятилетки, коллективизацию сельского хозяйства, культурного строительства в СССР. Энергетический потенциал мифов, передаваемый прессой, по-разному влиял и на судьбы людей: политический – «Вперед! К светлому будущему!», этнический – прогрессивный, единый, монолитный, непобедимый советский народ¹⁸⁸. Преподносимое позитивное

¹⁸⁸ Например, «Герой Советского Союза, кавалер двух орденов Ленина и ордена Красного Знамени, заместитель заведующего военным отделом газеты «Комсомольская правда» Валентин Пургин был арестован в бюро пропусков московского Кремля 23 мая 1940 года. Это произошло после того, как в «Комсомолке» появился очерк о его подвигах – большой «подвал» с фотографией. Через пять месяцев Герой Советского Союза Валентин Пургин был расстрелян. Но это не типичная история тех лет, а единичная. Дело заключалось в том, что и ордена, и звание Героя Советского Союза – все это было фальшивым. Маску героя водрузил на себя заурядный уголовник, все было украдено – биография, ордена, слава, престижная работа. Был ли он жертвой обстоятельств? Да вряд ли, просто это было время героев. Репин Л. Герой смутного времени // Комсомольская правда. 1990. 24 мая.

мифотворчество позволяло системе держать социум под политическим контролем, объединять, сближать, организовывать на решение задач, поставленных партией и правительством, на них проецировалась амбивалентность советского типа.

На первых полосах советских газет, как правило, размещались отчеты о съездах и партийных конференциях, митингах рабочих, крестьян, трудящейся интеллигенции¹⁸⁹. Символика этих ритуальных собраний повторяла хижину для инициаций, описанную М. Элиаде: «Помещение разделено на две части: северная, окрашенная в белый цвет, место пребывания низших сил; на южной половине, окрашенной в красное, находятся высшие силы»¹⁹⁰.

Представляемые прессой мифы создавали условия для суггестии, внедрения в сознание единых схем мышления, поведения, унифицировали общество. Соответствующий набор политических мифов действовал на человека, укоренял его веру в существующий строй, вызывал положительные эмоции или, наоборот, чувство страха и ненависти ко всему тому, что этому строю угрожает. Создатели этого феномена обращались не к разуму человека, а к его эмоциям. Так, миф свободного социалистического труда, насаждаемый советской пропагандой, выполнял свои убедительно-охранительные функции: тяжелый труд при царизме и свободный социалистический труд.

Советская политическая система реализовывала себя в двух плоскостях: визуальной и вербальной, увеличение знакового пространства рассматривалось как проявление символов мощи и силы власти¹⁹¹. Вербальное пространство являло собой строго обозначенное системное поле, оно порождалось единой системой, которая требовала единообразия голосов.

¹⁸⁹ См.: Петроградская правда. 1918. 29 янв.; 8 окт., 12 ноября.

¹⁹⁰ Элиаде М. Космос и история. М.: Прогресс, 1987. С. 216.

¹⁹¹ Агапов Б. Стиль ДС // Известия. 1932. 10 окт.

В прессе отслеживались ключевые моменты, например показ технологии любого рабочего процесса. Предмет отражения – коллектив, где поведение одного человека зависит от общей задачи и определяет действия других, их настроение, процесс рождения рекорда. Всякий элемент вербальной текстовой структуры имел четкие координаты связи с политической системой, которая задавала позитивно-негативную интерпретацию ситуаций. Видение прессы с таких позиций меняет ракурс их рассмотрения в контексте происходящего в современной науке «антропологического поворота», утверждающего, что человек существует в многовариантном, многомерном мире. Семиотические системы формировали погруженного в них человека, определяли его позицию в социалистическом социуме. В печатных средствах массовой пропаганды базисно отсутствовал индивидуальный фактор, тексты выступали как составная часть психологического кодирования общества («Кто духом бодр и сердцем молод – в руки книгу, серп и молот!»), индивидуальные качества растворялись в равенстве элементов, единообразия, повтора, препятствующих рождению нового. Подобный подход В. Почепцов определяет как «дискурс с единым центром и жесткими правилами порождения. Возможно, он обладал словом вначале, но бесконечная череда повторений и перепевов выветрила из этого слова остатки вербальности. Теперь перед нами материализованное слово, оно сцементировано. Отсюда вытекает бесконечная череда цитирования, характерная для этого времени. В утрированной модели текста цитатная часть больше самого текста, что и требуется. Новая мысль мимикрировалась под старую, закрывалась броней цитат»¹⁹². Например, лозунги спецлагерей: «Входящий – не грусти, уходящий – радуйся!», «Через труд – к освобождению!», «Чтобы другим ты снова стал, тебя трудлаг перековал!» – шапки газетных полос. На креативной мощи слова пресса создавала в стране вторую реальность, оторванную от реальностей материальных. Будучи рупором партии, генератором ее идей, журналистика функционировала в

¹⁹² Почепцов Г. Г. Указ соч. С. 121.

качестве «контролера» повседневной жизни. Обязательным элементом содержательной политики всех печатных изданий было появление рубрики типа «Газета выступила. Что сделано?», где публиковались ответы руководителей по поводу звучавшей ранее критики. Они в обязательном порядке должны были поступить в течение месяца после опубликованного или озвученного по радио или телевидению критического материала. При этом ответы должны были содержать обещания «принять меры», «устранить отмеченные недостатки» с указанием имен ответственных за выполнение. Этим объясняется появление многочисленных критических материалов по самым различным вопросам: газеты об этом писали, после чего местные власти принимали меры. Действенность прессы выглядела в общественном мнении как одна из сильных сторон их содержательной политики. То, что рядовой читатель газеты имел возможность узнавать о результатах выступлений журналистов, воспринималось им как необходимое условие укрепления взаимодействия между информационными каналами и аудиторией. Конфликт между бытовыми обстоятельствами и виртуальной картиной для многих разрешался не в сторону обнаружения фальшивости сконструированного пропагандой мира, а напротив, противоречившие ему факты наблюдаемой действительности если не объявлялись вовсе несуществующими, то пускались по разряду незначительных «отдельных недостатков». Политическое направление газетных обращений сводилось к единому – формированию советской модели человеческого поведения, которая подкреплялась индустриально-коллективизационным эмоциональным фоном («аффинити»), подачей определенного количества заданной информации, лишавшей возможности выбрать приоритеты («белый шум»), искусственным манипулированием массовым сознанием, суть которого заключалась в отборе и показе события, формальным игнорированием диктата, заменяемого «подсказкой» (теория «постановки повестки дня»), непосредственным воздействием на аудиторию путем «впрыскивания» информации в массовое сознание (метод «шприц»).

Советские журналисты были «не искателями информации, а искателями ресурсов и «потерь» социалистического строительства»¹⁹³.

ВЫВОДЫ. Мифотворчество, распространяемое прессой, способствовало укреплению власти, а процесс создания мифов совмещал в себе два взгляда: диахронический аспект (из прошлого или в прошлое) и синхронический аспект (средство объяснения настоящего). В мифах, представляемых СМИ, было перевернутым: пространство и время, визуальное и вербальное пространство, категории сознания. Марксизм трансформировался в сознание народных масс традиционным мышлением, словесные формулы о «классовой борьбе», «диктатуре пролетариата» приобретали мощную и системообразующую архаичную составляющую, что полностью меняло внутренний смысл. Идеологическое воздействие на общественное сознание, превратное толкование фактов, способ и содержание латентного влияния предопределяли содержание, квинтэссенцию милленаристского советского мифа, его демиургической составной. Миф злоупотреблял экспрессивностью языка, но он был способен существовать в любых условиях

Транслируемые прессой тексты апеллировали к разным мифологическим образам, в соответствии с теми социальными задачами, которые были поставлены партийными лидерами. Это способствовало возникновению благоприятных условий для применения манипулятивных технологий путем мифологизации общественного сознания и политического мифотворчества всей коммуникационной структурой. Манипулируя мифическим, пресса помогала поддержанию не только личных, но и политических, общественно значимых эмоций и чувств (скептицизму, цинизму, апатии, отчужденности, страху, покорности, доверию, согласию, воодушевлению, оптимизму, энтузиазму и т.д.). Именно эти настроения определяли степень и формы участия людей в общественно-политических

¹⁹³ Богушевский А. Журналист реконструктивного периода // Журналист. 1930. № 4. С. 103.

процессах в диапазоне от полного безразличия и пассивности до попыток совершить государственный переворот.

Пресса, тиражируя мифы, осуществляла связь желаемого и должного языком текстов, а затем – конкретными политическими действиями. Роль мифа и слова в политике была настолько разнообразной, что зачастую теоретическое осмысление их места и роли заменялось примерами разных ситуаций. Чтобы стать действующим элементом политического процесса, он должен был быть сконструирован в соответствии с обстоятельствами исторического момента. Процесс перестройки мышления требовал и формировал специфические особенности предмета отражения, передаваемого прессой, – создание портрета массы, передачи коллективного настроения, коллективных поступков, показа техники, рассказов о технологии.

Пролетарская пресса на невиданные высоты подняла архетип близнецов, пролетарских демиургов, стоящих у начала мира. Первая пара близнецов – Маркс и Энгельс, далее – Ленин и Сталин. Прочное воцарение демиургического архетипа усиливается после смерти Ленина. Параллельно с внедрением архетипа близнецов в сознание масс шла их усиленная героизация, сакрализация. Их мифообразы – скрепы демиургической составной милленаристского мифа, они являлись непререкаемой догмой советской политической системы.

Пресса на высоком профессиональном уровне организовывала советское мифическое пространство, выстраивала новое соотношение между законодательной, исполнительной и судебной ветвями власти, прессой. Одни мифы рождались, другие умирали, получали «логическое» оформление, перерастали в коммунистическую мифологию, национальную идею («Коммунизм – светлое будущее человечества»). Советский миф подгонял традиционные мифы «под себя», его пространство становилось местом борьбы за монополию легитимного насилия посредством монопольной

прессе. Таким образом, возродившиеся архаические системы оказались способными возрождаться, мифы постулировали содержание как реальность, и это содержание становилось реальным для потребителей печатных текстов: стремление переделать мир порождало мифы о возможности правильного его преобразования.

Энергетический потенциал мифов, передаваемый прессой, по-разному влиял и на судьбы людей: политический – «Вперед! К светлому будущему!», этнический – прогрессивный, единый, монолитный, непобедимый советский народ. Преподносимое мифотворчество позволяло системе держать социум под политическим контролем, объединять, сближать, организовывать на решение задач, поставленных партией и правительством, на них проецировалась амбивалентность советского типа.

Советская политическая система реализовывала себя в двух плоскостях: визуальной и вербальной, увеличение знакового пространства рассматривалось как проявление символов мощи и силы власти. Вербальное пространство являло собой строго обозначенное системное поле, оно порождалось единой системой, которая требовала единообразия голосов. В прессе отслеживались ключевые моменты, например, показ технологии любого рабочего процесса. Предмет отражения – коллектив, где поведение одного человека зависит от общей задачи и определяет действия других, их настроение, процесс рождения рекорда. Всякий элемент вербальной текстовой структуры имел четкие координаты связи с политической системой, которая задавала позитивно-негативную интерпретацию ситуаций. Видение прессы с таких позиций меняет ракурс их рассмотрения в контексте происходящего в современной науке «антропологического поворота», утверждающего, что человек существует в многовариантном, многомерном мире. Семиотические системы формировали погруженного в них человека, определяли его позицию в социалистическом социуме.

В печатных средствах массовой пропаганды базисно отсутствовал индивидуальный фактор, тексты выступали как составная часть психологического кодирования общества («Кто духом бодр и сердцем молод – в руки книгу, серп и молот!»), индивидуальные качества растворялись в равенстве элементов, единообразия, повтора, препятствующих рождению нового. Пресса активно вводила в оборот мифологические модели: мифостатистику, инициации, миф героя и врага, жертвы и жертвенность, архетипы близнецов, хорошего/плохого пространства и др. Иерархические печатные тексты выступали в роли стабилизирующего фактора, сами вырабатывали свои правила функционирования. По мере роста общества рос объем этого неизменяемого (цитатного) текста. Системное управление процессами понимания и порождения печатных текстов являлось прерогативой не того, кто потребляет эту информацию. Отсутствие экономической зависимости от читателей позволяло продуцировать печатные тексты необходимой тематики и в любом количестве экземпляров.

Политическая мифология, внедряемая в сознание масс посредством средств массовой информации, составляла неотъемлемую часть политической системы. Пресса создавала и вводила в сознание граждан идеальные морально-поведенческие координаты: добрый позитивный правитель (Ленин и Сталин); позитивный взрослый (член партии); позитивная женщина (мать-героиня, женщина-труженица); местный святой (председатель колхоза, профорг); позитивный юноша (комсомолец); позитивные дети (пионеры); погубленный ребенок (Павлик Морозов); пророки и предтечи (Лев Толстой как зеркало русской революции, вольнолюбивый Пушкин, мятущийся Лермонтов); обязательная фигура – жертва (Бухарин, Каменев, Тухачевский, Блюхер); носитель пролетарской правды (Максим Горький); коммунистическая триада (Маркс, Энгельс, Ленин).

2.2. Печатная пресса: интеграция мифотворчества в контекст экстремальной ситуации

Военная тематика на протяжении десятилетий была подчинена одной точке зрения, которую охраняла пропагандистская мощь советского государства. Годы перемен сняли с войны эту защиту, появилась возможность выражения разнообразных точек зрения, возникают другие герои и другая интерпретация событий. Чем громче они заявляют о себе, тем сильнее рушится единообразие взглядов на войну. Современные исследователи, политики, журналисты ведут «войну за войну», за определения: «Великая Отечественная война, или «Вторая мировая война». Навязывается мнение, что советское государство в период неизбежности, фатальности не могло победить. Но Великая Отечественная война шла не с государством, а с Отечеством. Именно смертельная угроза Отечеству заставила нацию отложить все противоречия, сплотиться против врага и победить его. Исследователь Г. Г. Почепцов пишет о медийной войне «как о примете сегодняшнего времени, но, по сути, она была всегда. Сталин готовился к наступательной войне, которая должна была начаться в августе 1941 года, именно это объясняет первоначальный разгром, поскольку вести оборонительную войну при подготовленной наступательной операции тяжело. Как, кстати, и демонтаж оборонительных сооружений на границе¹⁹⁴». В соответствии с Указом Президента Российской Федерации с 2009–2012 годах работала «Комиссия по противодействию попыткам фальсификации истории в ущерб интересам России». По мнению Б. Борисова, историко-политический контекст исследования периода Великой Отечественной войны предполагает «три основные ипостаси: политическую, культурную и мифологическую – выражающиеся в различных формах, например в мифологическом, культурном или политическом национализме, причем

¹⁹⁴ Почепцов Г. Г. Базовые мифологемы, формирующие мир, в систематике операций влияния Media Supines/ Электронный ресурс. //16 октября 2011. <http://osvita.mediasapiens.ua/2011>

сознание этих форм наиболее ощутимо проявляется при возникновении мотива объективной или искусственно смоделированной угрозы существования этноса. Мифологический национализм возникает на стадии осознания защиты не просто территории, а некоего принципа»¹⁹⁵. На фундаменте национальной идентичности во всех ее видах: политическом, мифологическом, культурном строилась деятельность прессы. Политическое мифотворчество, передаваемое средствами массовой информации военного периода, являло собой могучий резерв консолидации общества.

Накануне Великой Отечественной войны информационные каналы не были ориентированы на ведение пропагандистских войн в экстремальных условиях. Кратковременный опыт работы прессы в ходе советско-финской войны 1939–1940 гг. был основан на примитивной, нечеткой, построенной на нереальных предположениях и дезинформации пропаганде, он не был серьезно проанализирован. 24 июня 1941 года ЦК ВКП(б) и СНК СССР принимает совместное постановление «О создании и задачах Советского Информационного Бюро», определяет основные задачи:

а) руководство освещением международных событий и внутренней жизни Советского Союза в печати и по радио;

б) организация контрпропаганды против немецкой и другой вражеской пропаганды;

в) освещение событий и военных действий на фронтах, составление и опубликование военных сводок по материалам Главного Командования¹⁹⁶».

Структура советской печати периода Великой Отечественной войны выглядела следующим образом: более чем в два раза сократилось число центральных газет – до войны их было 39, а осталось всего 18¹⁹⁷.

¹⁹⁵ Борисов Б. Л. Технология рекламы и PR. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. С. 264.

¹⁹⁶ КПСС о средствах массовой информации и пропаганды. М.: Политиздат, 1987. 607 с.

¹⁹⁷ Перестали выходить многие центральные отраслевые газеты. Некоторые специализированные центральные газеты были объединены. Так, вместо «Литературной газеты» и «Советского искусства» стала выходить газета «Литература и искусство». Значительно сократилось число местных изданий. В Московской области перестали выходить 57 многотиражных газет с общим тиражом около 60 тыс. экземпляров. В

Оперативная перестройка системы средств массовой информации преследовала цель создания на фронте массовой солдатской печати, широкая сеть которой позволила бы осуществить влияние на каждого воина¹⁹⁸. Материальные средства, кадры, полиграфическое оборудование направлялись на поддержку военной печати, формируемую в единую дифференцированную систему. Объем фронтовых газет оставался постоянным – четыре полосы половинного формата центральной газеты. Рассчитаны они были на бойцов, сержантов и младших офицеров. В системе военной печати важное место занимали центральные издания, в армии и на флоте выходило пять центральных газет, среди них «Красная звезда» и «Красный флот». Для ведения пропаганды и освещения боевой жизни советских солдат была создана литературная спецгруппа, в которую были включены известные писатели, К. М. Симонов, Н. А. Тихонов, А. Н. Толстой, А. А. Фадеев, К. А. Федин, М. А. Шолохов, И. Г. Эренбург и многие другие. С ними также сотрудничали немецкие антифашисты – Ф. Вольф, В. Бредель. Советских авторов читали за рубежом, статьи И. Г. Эренбурга расходились по 1600 газетам в США. К фронтовой печати тесно примыкала подпольная и

Ленинграде и Ленинградской области закрыли 8 журналов и более 180 многотиражных газет. В результате подобных мер к 1942 г. в стране осталось 4560 газет, в то время как в предвоенном 1940 г. их насчитывалось около 9000, а общий тираж прессы с 38 миллионов уменьшился до 18 миллионов экземпляров. Кроме «Комсомольской правды» и ленинградской «Смены», были закрыты все комсомольские газеты, а республиканские, краевые и областные партийные газеты стали выходить пять раз в неделю на двух полосах. Двухполосными стали районные газеты, переведенные на еженедельный выпуск. Сокращению объема подверглась «Правда», выходявшая в годы войны вместо шести на четырех полосах.

¹⁹⁸ Среди документов, посвященных перестройке фронтовой прессы, были директивы государственных и военно-политических органов, постановления ГКО, приказы Ставки Верховного Главнокомандования, Верховного Главнокомандующего, Народного комиссара обороны, в том числе постановления ЦК ВКП(б) «О мобилизации журналистских кадров в военную печать», «Об организации военно-политической работы в условиях войны», «О работе военных корреспондентов на фронте» (август 1941 г.) и др. К концу 1942 г. задача создания массовой прессы в Вооруженных Силах в соответствии с требованиями военной поры была решена: к этому времени выходило 4 центральных, 13 фронтовых, 60 армейских, 33 корпусных, 600 дивизионных и бригадных газет. На фронтах и в армии было немало газет на языках народов СССР: на восьми языках издавалась газета 2-го Прибалтийского фронта «Суворовец», на семи языках – газета 3-го Украинского фронта «Советский воин». См.: Кузнецов И., Попов Н. Советская печать в годы Великой Отечественной войны // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. 1975. № 2. С. 4.

партизанская пресса, издававшиеся на временно оккупированной врагом территории. Параллельно с перестройкой системы прессы шел процесс создания фронтовой корреспондентской сети, основы которой были разработаны в положениях «О работе военных корреспондентов на фронте», в постановлениях «О работе специальных корреспондентов центральных газет и ТАСС»¹⁹⁹.

Одно из важнейших средств политического влияния прессы – определение тем и направлений дискуссий, концентрирующих внимание общественности и правительства. В начале войны политическим руководством СССР еще не были выработаны политические характеристики начавшейся войны, слабо аргументировались захватнические цели Германии, определялась военно-пропагандистская направленность прессы. Следствием этого явилось неверное ориентирование населения относительно ситуации начавшегося военного столкновения. Газетные материалы первых дней войны сохраняли оптимистический тон, были полны заверениями о разгроме врага. Большие человеческие и технические потери первых боев на границах СССР повлияли на оперативное принятие экстренных мер. Главной задачей прессы стало сплочение фронта и тыла, людей всех национальностей, классов и социальных групп. «В дни войны газета – воздух, – писал Илья Эренбург. – Люди раскрывают газету, прежде чем раскрыть письмо от близкого друга. Газета теперь письмо, адресованное лично тебе. От того, что стоит в газете, зависит и твоя судьба». Эти слова характеризуют оптимизм, уверенность в нашей победе, которые несли со страниц газет и журналов журналисты и писатели, какую роль играли их выступления в воспитании

¹⁹⁹ Право иметь постоянных корреспондентов на фронте предоставлялось Совинформбюро, ТАСС, редакциям газет «Правда», «Известия», «Красная звезда», «Красный флот», «Комсомольская правда», Всесоюзному радиокомитету и тем республиканским и областным газетам, на территории которых проходили военные действия. В действующую армию газеты посылали своих лучших сотрудников. «Правда» направила 40 журналистов, среди которых были Б. Полевой, П. Лидов, Б. Горбатов, В. Величко, М. Золин и др: /Овсеян Р. П. В лабиринтах истории отечественной журналистики. С. 146-148.

патриотизма, священной ненависти к фашизму. На вооружение были взяты все средства политического и духовного воздействия на армию и население.

Формы и методы политического руководства прессой со стороны ЦК ВКП(б) в годы Великой Отечественной войны отличались от довоенного уровня, носили оперативный характер, учитывали быстро меняющуюся обстановку на фронте и в тылу, но в них отсутствовали комплексные решения, установки, определяющие развитие средств массовой информации на перспективу.

Исследователь П. Лайнбарджер следующим образом определяет способы и приёмы информационно-психологического воздействия пропаганды в экстремальных условиях: военная пропаганда, конверсионная пропаганда; разделительная пропаганда; деморализующая пропаганда, пропаганда плена. Военная пропаганда предполагает информационную поддержку ведущихся военных действий; конверсионная пропаганда – массированное пропагандистское воздействие на ценностные ориентации человека или групп людей с целью изменения его (их) установок, отношений, суждений и взглядов на политику, проводимую высшим военно-политическим руководством страны; разделительная пропаганда осуществляет пропагандистское воздействие, направленное на разжигание межгрупповых противоречий на основе различий религиозного, национального, социального, профессионального и другого характера с целью ослабления единства в рядах противника вплоть до его раскола; деморализующая пропаганда была направлена на ослабление психики человека, обострения его чувства самосохранения с целью снижения морально-боевых качеств, вплоть до отказа от участия в боевых действиях; пропаганда плена – информационное воздействие на человека или группы людей, направленная на формирование положительных установок по

отношению к сдаче в плен как единственно разумному и безопасному выходу из сложившейся обстановки²⁰⁰.

Оперативные инструменты информационно-психологического воздействия: дезинформация, предоставление противнику данных, которые вводят его в заблуждение относительно истинного положения дел на фронте и в тылу. Манипулирование – используется для скрытого внедрения в психику адресата целей, желаний, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент. Слухи и мифотворчество: слухи появляются спонтанно или специально в ситуации информационного вакуума, для воздействия на общественное сознание. Мифотворчество через информационные каналы интегрировались в контекст национального историко-политического процесса. Оно наполнялось позитивным и негативным содержанием, стимулируя необходимые процессы и события

Основным источником новостей о положении на фронте в течение всего периода военных действий являлись ежедневные сводки Совинформбюро. В них аккумулировалась информация из Ставки Верховного Главнокомандования, сообщения ТАСС, из редакций центральных газет, от своих собственных корреспондентов. Советское правительство придавало большое значение контрпропаганде и информационному противоборству, отдел пропаганды и агитации ЦК ВКП(б), Главное политическое управление РККА обобщали опыт работы печати на всех фронтах. По этим материалам издавались тематические сборники, информационные бюллетени, листовки с конкретными рекомендациями наиболее эффективных форм и методов пропагандистской деятельности, а также методов цензурного контроля над прессой. В ходе Великой Отечественной войны активно использовалась «черная

²⁰⁰ Лайнбарджер П. Психологическая война. Теория и практика обработки массового сознания. М.: Центрполиграф, 2013. 448 с.

пропаганда», при реализации которой принадлежность источника приписывается мифической оппозиции или группам сопротивления в рядах противника. Одним из важнейших элементов «черной» пропаганды являлось распространение слухов²⁰¹.

В исследуемый период был ослаблен контроль со стороны системы. Это благотворно влияло на идеологическую составляющую информационных структур, выражалось в высочайшем патриотизме, разнообразной жанровой структуре и методах подачи новостного продукта, близости к источникам информации и т.д. Помимо патриотичных лозунгов, газетных шапок военных лет: «Все силы – на разгром врага!», «Вперед, за нашу победу!», «Все для фронта! Все для победы!», «За Родину, за Сталина!», «Ни шагу назад!», «Наше дело правое, победа будет за нами!» и др. активно использовался пласт военного фольклора: «Врагу солнце не погасить, советский народ не победить», «Кто с врагом дружен, тот Отчизне не нужен», «Враг повсюду рыщет, в душу лазейку ищет», «Враг хитёр, в нём звериная злоба: бди и гляди в оба», «Мы врагов били, бьём и будем бить: так мы жили, живём и будем жить», «Кто за Советскую Родину бьётся, тому сила двойная даётся», «Кто не верен чести, тому смерть на месте», «Коммунистом быть – народу служить» и др., показывалась и тиражировалась технология ведения боя, борьба человека со страхом смерти²⁰².

²⁰¹ Напр., немцы для ведения черной пропаганды использовали три радиостанции, якобы вещавшие с территории Великобритании. Одна станция называлась «Радио Каледонии» и вещала от имени шотландских националистов против Англии, другая носила в своем имени название «рабочая» и представляла мнение левых сил. Третья называлась «Новое Британское Радиовещание» и готовила новостные передачи в духе Би-би-си. С помощью слухов решались задачи по дискредитации военно-политического руководства, деморализации населения и военнослужащих, дезинформации и т.д. В ходе «странной войны» во Франции в 1939-40 гг. заблаговременно заброшенная гитлеровская агентура с помощью слухов о неминуемом военном поражении и преднамеренно имитируемого панического поведения создавала среди французского населения панику в больших масштабах, что привело к полной панике.

²⁰² Типичен в этом плане очерк «Бутылка из-под лимонада». Бойцы на первых этапах войны один на один отбивали танковые атаки противника бутылками с зажигательной смесью. Страх как базовая эмоция человека сигнализирует о состоянии опасности, зависит от многих внешних и внутренних, врожденных или приобретенных причин. Необходимо

Вектор средств массовой информации в условиях военного времени был направлен на мобилизацию народа на основе сохранения и укрепления морально-политического единства советского общества, дружбы народов СССР, советского патриотизма. Военная пропаганда реанимировала символику национальной социально-политической мифологии. Образы русских богатырей, князей, защищавших Родину, образ Родины-Матери, героев выполняли функцию социальной идентификации и объединения народных масс против германского фашизма²⁰³.

Мифотворчество в массовом сознании усиливается в периоды социальных катаклизмов, вызывающих к жизни новые комбинации этнических субстанций, преображая их в новые суперэтнические системы. То есть мы имеем дело с биологическим признаком пассионарности. Такой подход четко сформулирован Л. Н. Гумилевым: «Первоначальный толчок, нарушающий инерцию покоя, – это появление поколения, включающего некоторое количество пассионарных особей. Они самим фактом своего существования нарушают привычную обстановку, потому что не могут жить повседневными заботами, без увлекающей их цели. Необходимость сопротивляться окружению заставляет их объединяться и действовать согласно; так возникает первичная консорция, быстро обретающая те или иные формы, подсказанные уровнем общественного развития данной эпохи. Порождаемая первичным напряжением активность при благоприятном

было внушить бойцам презрение к страху. Поэтому в очерке показана то, как боец борется с последствиями страха, автор передает его эмоциональное состояние, сильное нервное напряжение, озвучивает его мысли. См.: Воробьев Е. Бутылка из-под лимонада // Комс. правда. 1942. 12 авг.

²⁰³ Напр., «Родина-мать зовёт!» – знаменитый плакат времён Великой Отечественной войны, созданный художником Ираклием Тоидзе в конце июня 1941 года. По собственному признанию художника, идея создания собирательного образа матери, пришла ему в голову совершенно случайно. Услышав первое сообщение Совинформбюро о нападении нацисткой Германии на СССР, супруга Тоидзе вбежала к нему в мастерскую с криком «Война!». Поражённый выражением её лица, художник тут же принялся делать наброски будущего шедевра. Образ Родины-матери связан с образом России-Матушки, широко использовавшимся во время Первой мировой и Гражданской войн в пропагандистских целях

стечении обстоятельств ставит эту консорцию в наиболее выгодное положение. Любой процесс этногенеза начинается теоретическими, подчас жертвенными поступками небольших групп людей (консорций), к которым присоединяются окружающие их массы, причем вполне искренне. Конечно, тот или иной человек может быть настроен скептически или просто эгоистичен, но после того, как он вошел в возникающую на его глазах систему, его настроенность большого значения не имеет. Это общеизвестное явление объясняют отмеченные нами индукция и резонанс. И они позволяют понять значение органических пассионариев, являющихся «затравкой» для тех, кого пассионарность заразила»²⁰⁴. Смысл мифов, внедряемых в сознание, выступает как латентный, зависящий от определенных ситуаций на фронте и в тылу. Именно они активно подпитывали историческую память народа, поднимали национальное самосознание, воспитывали патриотизм. Общество, потребляющее мифы и поставляющее их, воспринимало их как индуктивную систему, а значение принимало за систему фактов. Например, мифологема меча: «Кто с мечом к нам придет, тот от меча и погибнет». В подобной символике, по мнению Х. Э. Керлота, «присутствует социальный фактор, поскольку меч представлял собой орудие, присущее рыцарю – защитнику света от сил тьмы. Но фактором является и то, что меч играет сходную духовную роль в ритуалах, существовавших на заре времен и сохраняющихся даже в нынешнем фольклоре: он обладает магической властью отражать силы тьмы, персонифицированные в образе «враждебных мертвых. Меч благодаря подразумеваемому им «физическому уничтожению» должен быть символом духовных эволюций»²⁰⁵.

Видение мира с позиций постклассической методологии меняло ракурс передаваемого военного мифа. Любая картина мира интерпретировалась как неизбежно мифологическая, а миф – как единственный магистральный путь, определяющий дальнейшее движение

²⁰⁴ Гумилев Л. Н. Этногенез и биосфера Земли. М.: ДИДИК, 1997. С. 340, 342.

²⁰⁵ Керлот Х. Э. Словарь символов. М.: REFL book. 1994. С. 321.

человеческой мысли в экстремальной ситуации. Наука подтверждает открытия, предвосхищенные в мифе, а человек, существующий в многовариантном и многомерном мире, из зрителя и наблюдателя превращается в активное действующее лицо. В экстремальных условиях мифы, архетипы, символы и категории победы выглядели по-разному. Мифотворчество плотно входило в тексты, представляемые прессой, становилось значимым направлением для патриотического воспитания общества²⁰⁶. Победный тон текстов первых недель войны, транслируемых прессой, не приближал к установленным идеологическим целям этого времени, так как не способствовал распространению нравственного опыта народа, который повсеместно проявлялся с самого начала борьбы с фашизмом, он попросту компрометировал печать. Война изменяла жизнь в корне и категорию оптимизма. Лозунг этого периода – ленинские слова «Презрение к смерти должно распространяться в массах и обеспечить победу», а миф жертвенности официально узаконивается властью, риторика побед дополняется печатными текстами, демонстрирующими презрение к смерти, взаимодействием в бою, прославляющими труд колхозников для фронта, разъясняющими азы овладения искусством тактики и стратегии боя, рассказывающими о богатом мире советского воина, его гуманности и др.²⁰⁷.

На фоне транслируемых прессой мифологем жертвенности, героизма резко контрастировала фигура врага²⁰⁸. Слово «фашист» стало синонимом нечеловеческого монстра, убивающего всех и вся во имя зла. Если до начала войны существовало разделение образов невинного немецкого народа и коварного нацистского правительства, то в мае 1941 года эти различия были

²⁰⁶ Бурдей Г. Д. Историк и война 1941-1945. Саратов, 1991. 264 с.; Там же. Историческая наука в годы Великой Отечественной войны. Документы и материалы. Вып. 1. Историческая периодика. Саратов, 1995. 109 с.

²⁰⁷ Например, Котов М. Не жалея жизни // Комс. правда. 1941. 9 июля; Мержанов М. Над Днепром // Правда. 1941.16 сент.; Холодный Т. Простые люди // Правда. 1941. 4 сент.; Курчанов О. Три ночи // Правда. 1941. 4 сентября; Титаренко Н. На Черном море // Правда. 1941. 20 сент.; Симонов К. Осада Тернополя // Красная звезда. 1944. 16 апр. и др.

²⁰⁸ Симонов К. Июнь-декабрь.// Красная звезда. 1941. 31дек.

устранены. Враг в советской пропаганде ассоциировался со змеей, которая в русской иконографии считается символом несчастья, греха и зла. Пресса представляла фашистов бездушными и холодными убийцами, варварами и насильниками, извращенцами и рабовладельцами. Фашистов и фрицев не убивали – их только уничтожали. Образ немецкого солдата, созданный прессой, за годы войны изменился: от гиены огненной, терзающей плоть человечества, которую надо было остановить, до маленького паразита. Другим образами стали карикатуры, которые конкретизировались в личностях Гитлера, Геббельса и Геринга, выставлялись на посмешище. Главари рейха представлялись неудачниками, убийцами. Образ фашиста, «нелюдя», человека-оборотня, порожденного темными силами капитализма, наделялся мистическими свойствами, поднимая в людях архаические, языческие пласты сознания. После победы над Германией возникла необходимость переориентировать пропагандистскую машину на формирование убеждения в том, что не весь немецкий народ виновен в преступлениях фашистов. И. В. Сталину принадлежат слова, ставшие крылатыми, перешедшими в состояние лозунга: «Было бы смешно отождествлять клику Гитлера с германским государством. Опыт истории говорит, что «гитлеры» приходят и уходят, а народ германский, а государство германское – остается».

Дестабилизирующее воздействие на психику населения и противника составляли тексты, основу которых составляли мифологемы: «траур» – напоминание о смерти; «голод» – эксплуатация продовольственных затруднений противника; «проигранное дело» – внушение противнику, что его положение безысходно; «семейные мотивы» – использование темы «детей, ждущих возвращения отца», «превосходство в силе» – показ неспособности противника противостоять силе союзников; пропаганда плена – пропагандистское воздействие на человека или группы людей, направленное на формирование положительных установок по отношению к

сдаче в плен как единственно разумному и безопасному выходу из сложившейся обстановки²⁰⁹.

Несмотря на прилагаемые в годы третьей пятилетки усилия, Советский Союз не завершил подготовку к войне, не было закончено и перевооружение Красной Армии. Поэтому советской системе важно было конкретизировать и мифологизировать, транслировать такие понятия, как мощь, духовная сила, единство советского государства. В 1942–1944 годах стали поощряться прежде осуждаемые сакральные ценности: традиционность, народность, церковность, религиозность, был избран новый московский патриарх. О патриотической позиции русской православной церкви сообщалось в печати, широко был представлен почин создания духовенством на средства верующих танковой колонны «Дмитрий Донской». Патриотизм стал сочетаться с панславянской тематикой, мотивами помощи братьям-славянам, изменением политической и идеологической линии и лозунгом «Изгоните немецких оккупантов с родной земли и спасите ОТЕЧЕСТВО!». В пропагандистской работе немало внимания уделялось изданию листовок. Начальный период войны показал, что листовки обладали рядом преимуществ по сравнению с другими видами печатной продукции. Их отличала оперативность, краткость, их можно было спрятать, передать кому-либо, сохранить как пропуск для сдачи в плен. Листовки подразделялись на следующие виды: листовки – обращения командования, листовки-приказы, листовка-памфлет, «сентиментальные» листовки, листовки от немецких военнопленных, листовка-диалог, листовка-стихотворение, листовка вопросов – ответов, листовки-воззвания, листовка-письмо, листовка-информация, листовки-цитаты, листовки от имени погибших, листовка-уведомление и другие.

В экстремальной обстановке для поддержания морально-политического единства народных масс изменилась лозунговая тематика, она

²⁰⁹ Лайнбарджер П. Указ. соч. 448 с.

сводилась к следующему: отстаивать целостность и независимость государства, социальные завоевания предвоенного периода, союз классов и национальное единство. Военная ситуация диктовала новые условия проблематики выступлений советской прессы, она изменялась в зависимости от конкретной исторической обстановки. На первое место вышел внешний враг – фашизм. Следующим образом трансформировалась мифологема врага: от образа «культурных немцев» в предвоенный период до образа «врага-зверя» летом-осенью 1942 года. К моменту вступления Советской Армии на территорию Германии произошла трансформация мифологемы: «немец» – «фашист». Исследователь Г. Г. Почепцов эту ситуацию объясняет так: «в сталинской системе враг как бы становился постоянно действующей профессией. Он всегда присутствовал в сознании, он постоянно акцентировался в идеологических схемах»²¹⁰.

Великая Отечественная война поставила огромные массы населения на грань выживания. В действие вступили защитные механизмы: блокировалась любая правдивая информация, которая могла бы посеять панику, вызвать тревогу или просто сомнение в правильности действий. Главной обязанностью прессы оставалось культивирование черно-белого видения мира с доминантой мифического. Этот период стал наиболее плодотворным для текстов, претендующих на статус истинного представления о событиях прошлого, настоящего и прогнозируемого будущего. Их мифологическая маркировка в данном случае несла на себе отпечаток транслирования новых ценностей и задач, принятых за основу в данный период. Отбор информации, определение кандидатур исторических личностей, их ролей и действий в освободительной российской войне, героические примеры и другие факторы были значительны. Они придавали мифам военно-идеологическую и патриотическую направленность²¹¹. Приводимые доводы, аргументы в пользу

²¹⁰ Почепцов Г. Г. Указ. соч. С. 46.

²¹¹ В условиях тяжелых оборонительных боев, громадных людских потерь, когда врага нужно было остановить «любой ценой», в качестве героических символов приобрели

мировоззренческого содержания мифов позволяют говорить о том, что соответствующая им составляющая коллективного бессознательного представляла собой принципы, лежащие в основе формирования логических основ сознания. В них включалась структура систем мистико-фантастического восприятия действительности первобытным человеком. Человеческая психика содержит в качестве потенциальной информации принципы организации информационных систем, возникшие в процессе ее эволюции, начиная от истоков ее появления у наших предков. Формирование героической символики как феномена массового общественного сознания увязывалось с задачами войны. Если в начале военного столкновения СССР и стран германского блока пресса представляла идеи жертвенности, выполнения задач ценой собственной жизни, то после изменения положения на фронтах, перехода стратегической инициативы к советскому командованию информационные каналы пропагандировали способность умело вести военные действия, громить врага при сохранении собственной жизни и военной техники.

Война была разной, в ней были разные герои. Военная пресса отбирала и возводила до обобщающих примеров те из множества подвигов солдат и офицеров Красной Армии, которые могли формировать необходимый для данной конкретной обстановки образец поведения, выступала основным источником информации о героях, символах войны, средством их популяризации, а массовый героизм военных лет был закономерным ответом на риторику побед. Идеологическая система полностью базировалась на мифе героя. «Война как таковая обусловила формирование культа героя, присущие героизму достоинства – качества, скорее всего, очевидные для

известность подвиги летчиков, совершавших различные виды таранов (воздушные, «огненные», ночные), отождествлявшиеся с именами Виктора Талалихина и Николая Гастелло. Позднее, в условиях перелома в ходе войны, когда советская авиация получила господство в воздухе, а острый дефицит опытных военных кадров был преодолен, воздушные тараны стали анахронизмом и перестали быть предметом массовой пропаганды. Более того, все чаще стала звучать мысль: «Сколько же можно гробить технику?».

человека даже доисторической эпохи, который почувствовал необходимость их выделения, возвышения, запечатления. Магия, величие и пышность самих атрибутов древнего воина подтверждают справедливость этой гипотезы»²¹². Герой был личностью незаурядной, к повторению его подвига должны были стремиться все члены общества, он проливал кровь, а пролитая кровь – символ жертвоприношения, «одежды его запятнаны кровью, так как за плечами у него война и жертвоприношение»²¹³.

Героические символы не являлись статичными мифологическими образованиями, на смену одним приходили другие, третьи – канонизировались. Общественно значимая ситуация менялись, придавая мифу иное общественное звучание. Поведение, важное и полезное в одних условиях, через некоторое время может оказываться бесполезным или даже вредным. Соответственно, отношение к экстремальным мифам общества в целом и власти в частности претерпевало радикальные изменения. Происходил сложный отбор, в котором власть и пресса играла роль своеобразного регулятора процесса героизации²¹⁴. Образы героев отделялись от реальных биографий, их трагическая смерть, находившая утешение от чувства выполненного воинского долга – или не находившая, включала их имена, независимо от официальной пропаганды, в пантеон святых мучеников, они становились опорой самосознания советского народа. Обращаясь к прошлому, следует отделять событие от его символа, от наших представлений о нем. Превращенные в мифы герои уже не принадлежали

²¹² Фоли Дж. Энциклопедия знаков и символов. М., 1996. С. 136.

²¹³ Керлот Х.Э. Указ. Соч. С. 128.

²¹⁴ Один из наиболее ярких символов героя, известный в период Великой Отечественной войны, участник танкового десанта в тыл врага Юрий Смирнов (лето 1944 г.). Раненый, он был захвачен в плен, распятый немцами на стене блиндажа. После войны был забыт, хотя посмертно ему было присвоено звание Героя Советского Союза. На его героизацию должно было работать то обстоятельство, что мифологема войны поднимала профессию военных, «технические профессии» – летчиков, танкистов. Известность пришла к нему в послевоенный период. Многолетними символами мужества и героизма стали образы рядового Александра Матросова, Лизы Чайкиной и юных подпольщиков-краснодонцев, пионеров-героев Лёни Голикова, Марата Казея, Вали Котика, Зины Портновой и др., подвиги которых в сознание народных масс были привнесены прессой.

себе, становились частью породившей их идеологической машины, были призваны выполнять отведенные им функции²¹⁵.

Характер прессы, являющей военные мифы, можно представить в качестве особой ментальной структуры, характер которой был обусловлен экстремальной ситуацией. Исторические события как бы обрамляются мифами, этот историко-мифический образ влиял на сознание людей. Медиацентрированная парадигма основное внимание уделяла проблеме информационного воздействия на читателей и формирование мифического сознания. Антропоцентрированная парадигма ориентировалась на экстремальное мифотворчество, на предпочтения аудитории, на потребности военного времени. По мнению Н. И. Шестова, в годы Великой Отечественной войны «развитая политическая обрядность довоенного времени, служившая поддержанию мифологемы об «общенародном» (в тех условиях – «рабоче-крестьянском») государстве, оказалась разрушенной. Ее заменила воинская обрядность. Однако сама эта мифологема сохранилась благодаря объективной экстремальности ситуации и объективной потребности в консолидации общества для борьбы с внешним врагом на уже разработанных прежде идейных основаниях. На творческие поиски нового у общества не было ни сил, ни времени»²¹⁶.

В космическом смысле всякая война подразумевает борьбу света против тьмы или добра против зла. Чем справедливее война, тем более она

²¹⁵ Например, Зоя Космодемьянская, военная разведчица. Для пропаганды со времен Первой мировой войны именно действия военных против женщин, стариков и детей являются самими страшными. В случае признания ее военнослужащей, получается иная интерпретация ситуации. Николай Гастелло не совершал тот подвиг, о котором пишут. В пространстве военного времени существовали два претендента на этот подвиг, но с другими фамилиями. Но пропагандистски был избран именно тот вариант, который и попал в историю и массовое сознание. Лидов П. Таня // Правда. 1942. 27 янв.; Лидов П. Кто была Таня // Правда. 1942. 18 февр.; Любимов С. Мы не забудем тебя, Таня // Комс. правда. 1942. 27 янв.; Павленко П. Капитан Гастелло. // Правда. 1941. 10 июля; Андрей Сидорчик Тайна одного тарана. Кто на самом деле совершил «подвиг Гастелло»? // Аргументы и факты. 2016. 26 июня.

²¹⁶ Шестов Н. И. Указ. Соч. С. 153.

оправданна, «при таком подходе можно увидеть в войне средство восстановления первоначального порядка или же своего рода жертвоприношение, выступающее эхом космогонической жертвы. Великая Священная война – это та, которая освобождает человека от врагов»²¹⁷. Центральной идеей космогоний является идея «изначальной жертвы». Иными словами, без жертв нет творения, жертвовать – это значит жертвовать собой, и духовная энергия, приобретаемая посредством этого, пропорциональна значимости того, что потеряно. Все формы страдания могут быть жертвенными, если они осознаны и приняты всем сердцем. Физические и негативные знаки жертвы – увечье, бичевание, самоуничтожение и жестокие наказания или несчастья – все это является символами или составной частью устремлений духовного порядка. Символическая смерть представляет конец эпохи, особенно когда она приобретает форму жертвенности или стремления к саморазрушению перед лицом невыносимого напряжения, она является источником жизни – не только духовной жизни, но и источником возрождения материи. Необходимо подчиниться умиранию в темнице, чтобы возродиться в свете и чистоте. В греческой мифологии смерть представляли как дочь Ночи и сестру Сна²¹⁸.

Мифологемы, обломки мифа, потерявшие свои автохтонные, коренные характеристики, вовлекались в фольклорный текст: «война» – «жертва» – «смерть» – «враг», подчинялись мифологеме «страха». Именно эти мифологемы имели наибольший общественный резонанс, так как страхи являлись наиболее разделяемыми, наиболее общими, типичными для советского общества, которое еще жило в координатах репрессий и доносов 30–40-х годов. Экстремальный характер войны, многочисленные жертвы, страдания и разрушения, смерть родных и близких повлияли на доминирующие позиции мифологемы «страха», она временно была вытеснена другими мифологемами.

²¹⁷ Керлот, Х. Э. Указ. соч. С. 123.

²¹⁸ Там же. С. 196, 475.

Национальная память – явление многослойное, избирательное, война подняла пласты национальной социально-политической мифологии. В памяти русского народа сохранились ратные подвиги русских князей – воинов, полководцев, Минина и Пожарского, князя Юрия Долгорукого, ратные подвиги воинов Куликовской битвы, Невского побоища. Основа этих мифов – эмоциональная память народа, сохраняющая лучшие черты героического прошлого. Именно на них легла обязанность влиять на социальное сплочение, поднимать народные массы на борьбу против немецкого фашизма, формировать чувства патриотизма. Слова Дмитрия Донского «Братья! Лучше честная смерть, чем позорная жизнь» – стали основным лейтмотивом советской пропаганды, были широко представлены прессой.

По мнению Ю. Оноприенко, «именно мифология является тем самым мостиком, который соединяет интеллектуальную системную информацию с несвязанной информацией сферы бессознательного. Но она, согласно информационно-системной концепции, сформировалась в результате действия закона сохранения информации в процессах эволюции психики (и ее предшественников) всех поколений предков человека. То есть это потенциальная информация, характеризующая механизмы взаимодействия всех эволюционных предшественников человека с окружающей средой (в широком смысле)»²¹⁹.

Печатная пресса экстремального периода, как тип идеологического воздействия, дополняла все виды влияния в отношении формы, содержания и функций и определялась как средство внушения патриотических убеждений, влияла на изменения традиционного информационного пространства. Но текст может стать инструментом политического действия только в том случае, когда оно приобретает публичное звучание. Подобная

²¹⁹ Оноприенко Ю. И. Информационно-генетические истоки сознания // Вопросы журналистики. 2006. № 9. 2006. С. 53-68.

публичность достигалась посредством его массовой реализации через средства массовой информации²²⁰.

Базовый феномен мифов, справедливый как для физического мира, имеющего диапазон цветов, звуков, ландшафтов и т.д., так и для мира духовного, содержит факторы, ответственные за упорядоченность в виде рядов. Они таковы: «наличие ограничений; соединение прерывности и континуальности; надлежащий порядок; градация, счет, внутренний динамизм составляющих элементов; поляризации; симметрическое и асимметрическое равновесие; и к тому же понятие целого»²²¹. В соответствии с этими качествами выстраивался тематический ряд текстов: война, жертва, смерть, враг, страх; воин, герой, женщина, звезда, кровь, мать, меч, флаг, в которых сочетались реальные и мифические компоненты. «Сам объект, взятый изолированно, объект в его связи с утилитарной функцией, конкретной или фактической реальностью в трехмерном мире (напрямую, косвенно и так, что дает возможность рассматривать объект в качестве символа), динамические тенденции объекта вступают в связь с соответствующими эквивалентами, в этой символической функции мы к тому же можем различить символическое и общее значение; последнее зачастую бывает амбивалентным и нагруженным иллюзиями, разнообразие которых, однако, никогда не оказывается хаотичным, поскольку выстраивается вдоль координатной линии «общего ритма»²²². Все эти факторы соотносятся между собой, так как ориентированы вдоль одной линии – войны, «подразумевают стремление к «духовной определенности и физическому уничтожению», в чем и состоит глубочайшее значение их

²²⁰ Первым озвученным текстом стало обращение И. В. Сталина 3 июля 1941 г. Эта публичность была конкретно и четко маркирована координатами экстремальной ситуации, впервые за все годы пребывания у власти руководитель советского государства И.В. Сталин называл свой народ братьями и сестрами, друзьями: «Товарищи! Граждане! Братья и сестры! Бойцы нашей армии и флота! К вам обращаюсь я, друзья мои» // Правда. 1941. 4 июля.

²²¹ Керлот Х. Э.Указ. соч. С. 42.

²²² Там же. С. 42.

символических функций; но в дополнение к этому они связаны друг с другом – можно сказать, как маяки, указывают друг на друга – благодаря внутреннему сродству, связывающему все эти феномены»²²³.

В ходе Великой Отечественной войны «материнское начало» с высочайшим пропагандистским успехом было материализовано в плакате «Родина-мать зовет!», размещенном на страницах всех центральных газет. Газетные кампании военного периода были представлены следующими тематическими направлениями: рассказы о боевых действиях, технологии боя, о самоотверженном труде рабочих, колхозников, интеллигенции, внутреннем мире солдат, краснофлотцев, гуманизм воина-освободителя, восстановление мирной жизни на освобожденных территориях и т.д. Условия военного времени требовали от прессы оперативности и скорости в подаче того или иного материала. На передовые рубежи выходит новостная журналистика: необходимо было коротко, оперативно, лаконично рассказывать об опыте ведения боя, овладения военной техникой и военной тактикой. Идеально требованиям ситуации отвечал репортаж (авторское «я», динамика, наглядность в изображении события). Он становится главным инструментом военных корреспондентов, «Красноармейская правда», «Суворовский натиск», «Фронтальная правда», «За честь Родины» и другие газеты регулярно публиковали репортажи.²²⁴ Беллетризация в системе художественно-публицистических жанров в середине 30-х годов успешно реализовывалась в информационных жанрах периода войны. Репортаж сближался с очерком, вторгаясь в сферу отражения внутреннего мира человека. Очерк, в свою очередь, сближался с новеллой. Но репортаж не акцентировал внимание на характере героя, главным его объектом оставалось

²²³ Керлот Х.Э. Указ. соч., С. 128.

²²⁴ Например, в первом военном номере «Правды» от 24 июня 1941 года показ событий на фронте информационной подборкой «Боевые эпизоды» открыл П. Лидов. С конца июля «Боевые эпизоды» становятся постоянной рубрикой, в которой ежедневно публикуются заметки, зарисовки, репортажи о событиях на фронте, о мужестве и самоотверженности бойцов и командиров.

событие. В репортаж входили элементы диатрибы, соколлоквиума, детали поведения, интервью с участниками событий и др.

Одна из основных тем военной публицистики – освободительная миссия Красной Армии. Динамичное развитие прессы военного времени, новостной, аналитической, художественно-публицистической журналистики, проявлялось в закономерностях, заключающихся в зависимости от характеристик жанра и объективных обстоятельств. В данном случае ситуация обуславливала специфику восприятия, общественные запросы. Это был тот случай, когда общество жило ожиданиями информации как позитивной, так и негативной. Можно спорить по поводу того, почему так дозировалась негативная информация, но именно эта дозировка поддерживала моральный дух армии и тыла.

Пресса военного периода приобрела еще одну функционально-предметную особенность: при отражении крупномасштабных событий материалы наполнялись данными обобщенного характера, тон задавали пафос, героизм. Изображение быта войны, будней, тактики боя, работы тыла отличались деловитостью, конкретностью, использованием военной терминологии, специфической фразеологии и лексики. В этом плане тексты 40-х годов резко отличалась от текстов 30-х годов: они воссоздавали портрет армии, народа параллельно с образом вождя, деяния которого становились еще более мифологизированными. Выполненные на высокой эмоциональной ноте, они передавали читателям картину войны, заставляли вместе с героями «переживать» событие, показывали нравственное превосходство русского народа над захватчиками.

В функционально-предметном развитии печатной прессы определяющее значение имело представление о мотивах борьбы. Здесь в ином качестве работала энергетика мифа. Аксиоматика героизма и жертвенности в условиях войны стала ведущей координатой идеологического влияния. Согласно теории катарсиса, очищения,

базирующейся на фрейдистском бихевиоризме, художественный, изобразительный, журналистский образ заставляет аудиторию (читателей, зрителей) внутренне повторять поступки и поведение героя. Любое произведение искусства есть энергетическая ловушка: человек должен войти в нее с одной энергетикой, пережить определенный эмоциональный и энергетический вираж и выйти в другом состоянии. Военная журналистика, показывая героическое, очищала человека, приобщала его к сопереживанию, при этом зная меру и границу. Экстремальную ситуацию также можно рассматривать как точку, где происходит распадение времени, героическая жертва сближает временные точки, так как событие, подвиг происходят ради будущего. «Моментальная жертвенность – это героизация, жертвенность, растянутая на жизнь поколения, героизируется уже в вербальном плане, более в идеологическом, чем в реальном»²²⁵. Мифологема «смерть» обретала функцию защиты человека социального от его поглощения осознанием смертности. Мифологизированное восприятие смерти есть, в сущности, ее неприятие, оно являлось защитной оболочкой, сквозь которую воспринималась смертная телесность. Мифотворчество выполняли функцию «снятия натурализации» смерти.

Мифы, используемые в текстах военной прессы, перестраивали модель человеческого поведения, процессы мифотворчества и мифологизации кодифицировали мысли людей, укрепляли мораль, предлагали определенные правила поведения и санкционировали обряды, рационализировали и оправдывали жесткие социальные установки. Мифическая логика достигала своих целей как бы ненароком, окольными путями, с помощью материалов, к этому специально не предназначенных, способом бриколажа, оттенка, рикошета в человеческое сознание. Возвращение к пра-времени усиливало героизацию определенных личностей, не меняя общей символической

²²⁵ Почепцов Г. Г. Указ. соч. С. 78.

оценки, только по-иному высвечивая те или иные эпизоды войны²²⁶. Мифическая действительность интерпретировала события на порядок выше реальности, создатели текстов позволяли значительную долю вымысла, ассоциаций, символов. Подобные укрупненные архетипы могут быть оправданы и принимаемы только в условиях экстремального периода²²⁷.

Печатная пресса, направленная на врага, не только бесславила несправедливость войны, но и апеллировала к огромным территориям России, холодам, превосходству сил союзных войск. М. М. Бахтин выделял два полюса общения – сверхположительный и сверхотрицательный²²⁸. Рассмотренные выше категории лежат именно в этих плоскостях: герой – враг; жертвенность – страх. Советская политическая система добавила к этому категории оптимизма в виде символики победы в текстах, несущих и передающих эмоциональную, экстремальную энергетику военного времени.

Самые трагичные публикации выстраивались таким образом, что заставляли каждого отдельного человека быть сопричастным к происходящему, сопереживать беду. Они призывали читателей через трагизм, боли и потери – к духовному очищению, к высокому эмоциональному всплеску, к чувственности. Именно это углубляло нравственность, усиливало национальное самосознание и патриотизм. Жертвенность, героизм, патриотизм дополнялись образами природы-матери, именно отсюда шла мощнейшая энергетика. Греки представляли времена года в виде женщин: весна изображалась женщиной в венке из цветов, стоящей рядом с цветущим кустарником; лето – женщиной с венком из колосьев пшеницы, держащей в одной руке сноп, а в другой – серп; осень – несущей гроздь винограда и корзину, полную плодов; зима – с непокрытой головой

²²⁶ Например, образ Евпатия Коловрата в очерке К. Симонова «Июнь-декабрь» (Красная звезда. 1941. 31 дек.)

²²⁷ Симонов К. «Ночь над Белградом»// Собр. соч. в 6 томах. Т. 2. М., 1967. С. 660.

²²⁸ Бахтин М. М.. Дополнения и изменения к «Рабле» // Вопросы философии. 1992. № 1. С. 132-164.

близ деревьев с облетевшей листвой²²⁹. Без описания картин природы не обходилась практически ни одна фронтовая публикация²³⁰. Подобные образы затрагивали глубины человеческого духа, поднимали их из беспокойных глубин бессознательного. Для К. Г. Юнга подобные образы не являются субститутами, взаимозаменяемыми живыми предметами или безжизненными изображениями; они являются плодами внутренней жизни, постоянно выходящими из бессознательного способом, который можно сравнить с непрерывным развертыванием творения. Творение определяется отпочкованием от него существ и объектов, точно так же и психическая энергия расцветает в виде образа, сущности, проводящей истинные границы между неформальным и концептуальным, между тьмой и светом.

Образы времен года, природы несли на себе очищающее начало, являлись мощным эмоциональным стимулом в формировании поведенческой модели людей в экстремальной ситуации, становились универсальным символом, обладающим наибольшим постоянством и действительностью, максимальным потенциалом для психоаналитической эволюции, указывающей направление от низшего к высшему. Как правило, в транслируемых текстах присутствует обязательный элемент описания природы. Исследователь Б. Малиновский имеет в виду « всю важность мифологии магии и то, как тесно магия связана с хозяйственными заботами человека. Однако в этом отношении мифология очень далека от беспристрастных и созерцательных рапсодий на тему природных явлений. Между мифом и природой существует два звена: прагматический интерес человека к некоторым аспектам внешнего мира и его потребность в компенсации с помощью магии недостатка рационального и эмпирического контроля над некоторыми явлениями»²³¹. Они стали основополагающими факторами для внедрения в тексты мифов природы. Другие символы и

²²⁹ Керлот Х. Э. Указ. соч. С.127.

²³⁰ Например, Эренбург И. Весна в январе // Красная звезда.1942. 14 янв.; Его же. Свет в блиндаже // Красная звезда. 1942. 20 ноября.

²³¹ Малиновский Б. Магия, наука, религия. М.: REEFL book, 1998. С. 141.

образы по отношению к образу природы выступали как другая, составная часть, усиливаемая первой.

Всякая война подразумевает борьбу света против тьмы или добра против зла. В мифологии имеются многочисленные примеры такой борьбы между силами света и силами тьмы: битва Юпитера с титанами, Тора с гигантами, Гильгамеша и других героев с чудовищами. Конкретное поле боя символизирует тот план реальности, в котором происходит действие. В исламской традиции война в материальном мире есть попросту «малая священная война», тогда как «великая Священная война» – это та, которая освобождает человека от врагов внутри него. Чем справедливее война, тем более она оправданна. При таком подходе можно увидеть в войне средство восстановления первоначального порядка или же своего рода «жертвоприношение», выступающее эхом космогонической жертвы»²³². На первый план выходит фигура воина. «Она символизирует предков, или скрытые силы внутри личности, готовые прийти на помощь сознанию. Если воины враждебны, они означают антагонистические силы, но все равно внутри пределов личности. Миф подобен символике четырех лучников, защищающих четыре стороны света; «пространства», ставшие независимыми от «центра», служат иллюстрацией тех сил, которые способны как бы восстать против целостности индивида»²³³. Сюда же добавляется мифологема «пролитая кровь», символ жертвоприношения. Мифы триады «священная война» – «воин-освободитель» – «безвинно пролитая кровь» становятся доминантой печатных текстов. Особые формы проблемных ситуаций, выраженные в иносказательной форме, характерны для всех периодов развития общества.

«Все для фронта! Все для победы!» – под таким призывом печатались материалы о трудовых достижениях в тылу. Печать немедленно поддерживала все патриотические почину по увеличению выпуска военной

²³² Керлот Х.Э. Указ. соч. С.128.

²³³ Там же. С. 123.

продукции, по созданию трудовых бригад, боровшихся за досрочное выполнение производственных заданий²³⁴.

Путь к победе выступал в единстве устремлений народа и власти. В соединении этих двух факторов – всенародного порыва и организующей силы руководства – заключается условие разгрома врага. Время убирает негатив, реальное и мифологическое меняются местами, политические лидеры, формируя общественное мнение, полностью использовали эти качества, пропагандистские установки ориентировались на патриотические чувства русского народа. На первом этапе войны главным мотивом мобилизации всех сил народа на борьбу с немецко-фашистскими захватчиками была месть за беды и страдания, принесенные оккупантами советским людям. На завершающем этапе к этому мотиву прибавилось сознание высокой освободительной миссии Советской армии, которую она выполняла не только по отношению к народам Советского Союза, но и по отношению к народам стран Европы. Героические мифы Великой Отечественной войны, тиражируемые печатью, остались не только в народной памяти о войне, но и стали ценностным ядром национального самосознания. Пресса, отображая массовый героизм советских людей и способствуя его росту, в то же время укрепляла мифологическое сознание общества в экстремальных условиях.

²³⁴ Центральные, местные и военные газет систематически рассказывали о патриотизме советских людей, о повседневной помощи, которую они оказывают фронту. Например, выступления наркома вооружения Героя Социалистического Труда Д. Устинова, академик А. Богомолец, Алексея Стаханова, Героя Социалистического Труда Ф. Токарева и др. Правдиво отражая трудовые достижения в тылу, советские журналисты успешно использовали многие формы массовой работы, появившиеся еще в годы первых пятилеток. Особенно эффективной была деятельность выездных редакций. Около 30 выездных редакций «Правды» и около 40 «Комсомольской правды» действовали на строительстве домен в Магнитогорске и Нижнем Тагиле, на шахтах Караганды, Кузбасса, на восстановлении Сталинградского тракторного завода. Иванова Р., Кузнецов И. Советская журналистика в годы Великой Отечественной войны // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. 1985. № 1. С. 14.

ВЫВОДЫ. Военная тематика на протяжении десятилетий была подчинена одной точке зрения, которую охраняла пропагандистская мощь советского государства. Годы перемен сняли с войны эту защиту. Современные исследователи, политики, журналисты ведут «войну за войну», за определения: «Великая Отечественная война» или «Вторая мировая война». Навязывается мнение, что советское государство в период неизбежности, фатальности не могло победить. Но Великая Отечественная война шла не с государством, а с Отечеством. Именно смертельная угроза Отечеству заставила нацию отложить все противоречия, сплотиться против врага и победить его.

Историко-политический контекст исследования периода Великой Отечественной войны предполагает три основные ипостаси: политическую, культурную и мифологическую – выражающиеся в различных формах, в мифологическом, культурном или политическом национализме. Осознание этих форм проявляется при возникновении мотива объективной или искусственно смоделированной угрозы существования этноса, то есть мифологический национализм возникает на стадии осознания защиты не просто территории, а некоего принципа. На фундаменте национальной идентичности во всех ее видах: политическом, мифологическом, культурном строилась деятельность прессы. Политическое мифотворчество, передаваемое средствами массовой информации военного периода, являло собой могучий резерв консолидации общества. Оно усиливается в массовом сознании в периоды социальных катаклизмов, экстремальных ситуаций вызывающих к жизни новые комбинации этнических субстанций, преобразая их в новые суперэтнические системы.

Формы и методы политического руководства прессой со стороны ЦК ВКП(б) в годы Великой Отечественной войны отличались от довоенного уровня, носили оперативный характер, учитывали быстро меняющуюся обстановку на фронте и в тылу, но в них отсутствовали комплексные

решения, установки, определяющие развитие средств массовой информации на перспективу. Военная пропаганда реанимировала символику национальной социально-политической мифологии. Образы русских богатырей, князей, защищавших Родину, образ Родины-Матери, героев выполняли функцию социальной идентификации и объединения народных масс против германского фашизма. Смысл мифов, внедряемых в сознание, выступал как латентный, зависящий от определенных ситуаций на фронте и в тылу. Именно они активно подпитывали историческую память народа, поднимали национальное самосознание, воспитывали патриотизм. Общество, потребляющее мифы и поставляющее их, воспринимало их как индуктивную систему, а значение принимало за систему фактов. Например, мифологема меча: «Кто с мечом к нам придет, тот от меча и погибнет».

Мифотворчество плотно входило в тексты, представляемые прессой, они становилось значимым звеном для патриотического воспитания общества. Победно-оптимистический тон текстов первых недель войны, транслируемых прессой, не приближал к установленным идеологическим целям этого времени, так как не способствовал распространению нравственного опыта народа, который повсеместно проявлялся с самого начала борьбы с фашизмом, он попросту компрометировал печать. Характер прессы, сообщавшей военные мифы, можно представить в качестве особой ментальной структуры, которая была обусловлена экстремальной ситуацией. Исторические события как бы обрамляются мифами, этот историко-мифический образ влиял на сознание людей. Медиацентрированная парадигма основное внимание уделяла проблеме информационного воздействия на читателей и формирование мифического сознания. Антропоцентрированная парадигма ориентировалась на экстремальное мифотворчество, на предпочтения аудитории, на потребности военного времени. В годы Великой Отечественной войны политическая обрядность довоенного времени, служившая поддержанию мифологемы об

«общенародном» (в тех условиях – «рабоче-крестьянском») государстве, оказалась разрушенной. Ее заменила воинская обрядность. Однако сама эта мифологема сохранилась благодаря объективной экстремальности ситуации.

Мифология соединяла интеллектуальную системную информацию с несвязанной информацией сферы бессознательного. Согласно информационно-системной концепции, она сформировалась в результате действия закона сохранения информации в процессах эволюции психики (и ее предшественников) всех поколений предков человека. То есть это потенциальная информация, характеризующая механизмы взаимодействия всех эволюционных предшественников человека с окружающей средой (в широком смысле)» Мифы, используемые в текстах военной прессы, перестраивали модель человеческого поведения, процессы мифотворчества и мифологизации кодифицировали мысли людей, укрепляли мораль, предлагали определенные правила поведения и санкционировали обряды, рационализировали и оправдывали жесткие социальные установки. Мифическая логика достигала своих целей как бы ненароком, окольными путями, с помощью материалов, к этому специально не предназначенных, способом бриколажа, оттенка, рикошета в человеческое сознание.

Главный вектор советской пропаганды в условиях военного времени был направлен на мобилизацию народа на основе сохранения и укрепления морально-политического единства советского общества, дружбы народов СССР, советского патриотизма. Это способствовало формированию феномена социальной идентичности в экстремальных условиях. Формирование героической символики как феномена массового общественного сознания увязывалось с задачами войны. Если в начале военного столкновения СССР и стран германского блока транслировались идеи жертвенности, выполнения задачи ценой собственной жизни, то после изменения положения на фронтах, перехода стратегической инициативы к советскому командованию СМИ пропагандировали способность умело вести

военные действия, громить врага при сохранении собственной жизни и военной техники.

Война как таковая обусловила формирование культа героя, присущие героизму достоинства качества. Время убирает негатив, реальное и мифологическое меняются местами, политические лидеры, формируя общественное мнение, полностью использовали эти качества, пропагандистские установки ориентировались на патриотические чувства русского народа.

В ходе Великой Отечественной войны «материнское начало» с высочайшим пропагандистским успехом было материализовано в плакате «Родина-мать зовет». Под этим лозунгом формировались новые ценностные ориентации, мифы военного периода (высочайший патриотизм, любовь к Отечеству, вера в победу), а национальное самосознание являлось базовой категорией для всех политических выступлений прессы. В функционально-предметном развитии печатной прессы определяющее значение имело представление о мотивах борьбы. Здесь в ином качестве работала энергетика мифа: аксиоматика героизма и жертвенности в условиях войны стала ведущей координатой идеологического влияния.

2.3. Транслирование мифов вождизма в прессе: вербальная модель и реальность

Вождизм, взятый как целое, не может быть беспристрастной историей, он целенаправленно и системно создавался и вводился в общественное сознание прессой для выполнения определенной социальной функции, для прославления конкретного слоя людей, для оправдания тех или иных деяний. В определении феномена вождя, лидера в различные исторические эпохи немецкий социолог, историк, экономист М. Вебер впервые применил термин «харизма» – милость, божественный дар и сформулировал его: «Под «пророком» в социологическом понятии мы будем понимать обладателя

личной харизмы. От колдуна его отличает то, что он возвещает откровение определенного содержания, причем сущность его миссии составляет не магия, а учение или заповедь. Без харизматической, а это обычно означает магической, основы пророк может завоевать авторитет лишь при исключительных обстоятельствах»²³⁵. Его комплексный подход к разработке общей типологии трех основных типов лидерства сводился к следующему: традиционное (монарх), бюрократическое (президент) и харизматическое (вожак, вождь массы). Основа каждой типологии – свой, особый способ легитимации. Харизма складывается из реальных способностей лидера, вождя и тех качеств, которыми его наделяют последователи, индивидуальные качества играют второстепенную роль в формировании его харизмы. М. Вебер оценивал лидеров как генераторов обновления общества в кризисные периоды, поскольку харизматический вождь и его авторитет не связаны с прошлым, способны мобилизовать массы на решение задач социального обновления. В относительно же спокойные периоды развития для общества предпочтительнее рационально-легальное лидерство, оберегающее исторические традиции и осуществляющее необходимые реформы. Харизма обладает негативной и позитивной, этической и неэтической сторонами: негативная связана с узурпацией личной власти, позитивная – с тенденцией к делегированию части власти последователям. Этика харизматического лидера во многом объясняет разницу между лидерами: А. Гитлер, Муссолини, Б. Франко, И. В. Сталин и такими, как А. Д. Сахаров, А. И. Солженицын, Р. Тагор, М. Кинг и др. Природа политического лидерства достаточно сложна. Так, по З. Фрейду, в основе лидерства лежит подавленное либидо – преимущественно бессознательное влечение сексуального характера (Гитлер, Муссолини). В процессе сублимации оно проявляется в стремлении к творчеству, к лидерству. Обладание руководящими позициями выполняло субъективно-компенсаторские функции у советских лидеров (В. И. Ленин, И. В. Сталин).

²³⁵ Вебер М. Избранные произведения. М: Прогресс, 1990. С. 112, 113.

Политическое лидерство исследователь Жан Блондель определяет как «власть, осуществляемая одним или несколькими индивидами, с тем, чтобы побудить членов нации к действиям»²³⁶.

Если лидерство предполагает заключенные в личности, в социальном институте или символе исключительность или сверхъестественность, то, согласно учению Г. Гегеля, мир в целом и харизма созданы Божественным Разумом, который реализовал себя в природе и истории человеческого общества²³⁷. Это представление о разумности мира подверг критике А. Шопенгауэр. Мировая Воля, согласно его утверждению, – это и есть то, что диктует всему стремление восторжествовать и превзойти себе подобных, все то, что может определять понятие «харизма». А. Шопенгауэр задает иррационалистическое направление в интерпретации феномена харизмы²³⁸. Понятие Воли как основы всего сущего у него заимствует Ф. Ницше, который одним из первых ставит знак равенства между Богом и человеком. Его концепция лидерства сводилась к формированию высшего биологического типа – человека-лидера, сверхчеловека²³⁹.

Иррациональные тенденции вслед за Ф. Ницше продолжил и углубил З. Фрейд, работы которого приводят нас к выводу: харизматическая личность – это творцы иллюзий, использующие иррациональное, мифическое. Э. Фромм, последователь З. Фрейда на ранних этапах, придает власти два различных значения – власть может быть «рациональной» либо «иррациональной», и харизматический тип лидерства характеризует «иррациональную» власть. Личность, способная к тоталитарному захвату власти, движима не принципами цивилизованного мира, она руководствуется первобытными инстинктами – и именно в этой области стоит искать разгадку

²³⁶ Блондель Ж. Политическое лидерство. М.: Российская академия управления, 1992. С. 10.

²³⁷ Гегель Г. В. Ф. Философия права. М.: Мысль, 1990. С. 526.

²³⁸ Шопенгауэр А. Избранные произведения. Ростов на/Д: Феникс: 1997. 540с.

²³⁹ Ницше Ф. Человеческое, слишком человеческое. Минск: Попурри, 1997. 701 с.

харизмы, а харизматических личностей можно рассматривать как локомотивы истории.

В процессе прижизненной и посмертной трансляции мифа вождизма велика роль советской прессы. Тексты характеризовались преувеличенным толкованием фактов, латентным идеологическим влиянием, формировали необходимый облик политической системы, ее фигурантов, акторов советского политического режима. Начало первого этапа мифологизации образа вождей пролетарской печатью было положено публикацией биографического очерка М. С. Ольминского «О Ленине», опубликованного на страницах газеты «Социал-демократ»²⁴⁰. Автор утверждал, что «культ личности противоречит духу марксизма, духу научного социализма. Не индивидуумы, а производственные силы управляют ходом истории. Эсеры преувеличивают роль личностей, создавая культ «героев» и «иконы», русские марксисты ошибочно ударились в другую крайность, игнорируя своих лидеров. Он также призывал отбросить идеологические предубеждения в писаниях о В. И. Ленине, поскольку значение Ленина не исчерпывается тем, что он занимает должность главы государства. «Наша партия неотделима от тов. Ленина, как, в свою очередь, он неотделим от партии. И познать, изучить тов. Ленина, как литературного и политического деятеля, это значит – в единой личности познать и изучить колоссальный, революционный, пролетарский коллектив»²⁴¹.

Второй этап в деятельности пролетарской прессы, систематическое формирование «иконы революции», начался после покушения на В. И. Ленина. Его последствием стали кровавые репрессии и массовые расстрелы в ЧК, названные большевистской печатью «красным террором». Политически грамотно был использован повод – внушить населению

²⁴⁰ Ольминский М. С. О Ленине // Социал-демократ. 1917. 26 мая; Ольминский М. С. Тов. Ленин // Вестник жизни. 1918. № 2. С.8-14. Его же. Пролетарская революция // Вестник жизни. 1924. № 3(26). С. 24–33; Обсуждение статьи. С.87–88.

²⁴¹ Ольминский М.С. Указ Соч. С. 87-88.

правильность действий органов ОГПУ, с сентября 1918 года по октябрь 1919-го в ходе «красного террора» было истреблено 1,3 миллиона человек. Все центральные газеты участвовали в пропагандистской кампании в поддержку вождя пролетариата. Первым с официальным откликом на покушение вождя выступил председатель Всероссийского Центрального Исполнительного Комитета Я. Свердлов. Страна находилась в преддверии гражданской войны, нападение на Ленина трактовалось как начало военных действий. В обращении к Всероссийскому Центральному Исполнительному Комитету Л. Троцкий заявил, что верит в победу Ленина, никакое другое поражение не могло бы сравниться по трагическим последствиям для рабочего класса со смертью Ленина. Ленин – «новый вождь эпохи» и «величайший человек нашей революционной эпохи». Речь Троцкого легла в основу пропагандистской брошюры, вышедшей тиражом в один миллион экземпляров²⁴². Исследователь Н. Тумаркин ситуацию, представляемую прессой, формирующую мифообраз вождя, характеризует так: «Соратники Ленина задавали тон, выражавший официальное отношение партии к Ленину: благоговейное преклонение сочеталось с чувством пламенной солидарности. Восхваляя Ленина и одновременно стремясь возбудить гнев против эсеров, ближайшие его сподвижники закладывали идейную основу будущего ленинского культа. Пламенная любовь и непримиримая ненависть должны были идти рука об руку: эти два чувства неизменно выражались вместе в потоке статей, появившихся в печати после покушения на жизнь вождя²⁴³. Редактор газеты «Беднота» Л. С. Сосновский писал о Ленине как о символе для рабочих всего мира, символе борьбы за мир и социализм, использовал революционную риторику, ставшую обычной для ленинианы: «Капиталисты ненавидят Ленина, именно поэтому они видят в нем своего заклятого врага. Ленина нельзя убить. Он так сросся с восставшим и

²⁴². Каменев Л., Троцкий Л. Вождь пролетариата. М.: Центрполиграф, 1918.

²⁴³ Тумаркин Н. Ленин жив! Культ Ленина в Советской России. СПб.: Академический проспект, 1999. 285с.

борющимся пролетариатом, что нужно истребить всех до одного рабочих всего мира, чтобы убить Ленина. Пока жив пролетариат – жив Ленин. Разумеется, мы, его ученики и сотрудники, были потрясены ужасной вестью о покушении на дорогого «Ильича», как его любовно-нежно зовут коммунисты». Ильич смертен, однако Ленин – бессмертный лидер и универсальный символ. Смертный уязвим, но нанести вред Ленину нельзя»²⁴⁴.

Пресса тиражировала миф о Ленине как аскете, соответствующем христианскому модусу, его героический образ прочно входил и укоренялся в сознании советского народа. Личность вождя была поднята до высот высочайшей эффективности внушения и абсурдности содержания. По верному замечанию Х. Арндт, «перед тем как вожди масс приходят к власти, их пропаганда, в целях подгонки реальности под свою ложь, отличается особым презрением к фактам как таковым. По их мнению, факт полностью находился во власти человека, способного сфабриковать его. Метод безошибочного предсказания, более чем какие-либо приемы тоталитарной пропаганды, выдает окончательную цель тоталитаризма – завоевание мира, так как только в мире, полностью им контролируемом, тоталитарный правитель сможет воплотить все свои лживые утверждения и сделать истинными все свои пророчества»²⁴⁵. Авторы антисоветских выступлений считали, что Ленин был возведен на власть для того, чтобы ослабить Россию с целью подчинения ее немецкой власти, он «с фанатизмом сумасшедшего принялся за исполнение своего сатанинского плана»²⁴⁶. Преподносимые прессой факты доказывали, что жертвенность оправдывает любые условия жизни, так ранение Ленина истолковывалось как добровольная жертва человека, сознательно подвергшего себя опасности.

²⁴⁴ Сосновский Л. С. К покушению на тов. Ленина // Петроградская правда. 1918. 1 сент.

²⁴⁵ Арндт Х. Указ. соч. С.462.

²⁴⁶ Владимир Ильич Ленин// «Приневский край» (Гатчина). 1919. 25 окт.

Третий этап мифологизации образа вождя в печатных изданиях – январь 1924 года. Культ пролетарского вождя начинается с публичного признания его добровольной жертвы на благо народа. Но его сверхчеловеческий статус осложнялся тем, что он остался живым. После покушения незыблемость ленинского статуса утвердилась окончательно, посвященные ему сочинения обходились без идеологического нажима и обоснования. И это дало новое направление деятельности прессы, она сознательно стремилась обрисовать Ленина в формах и красках, которые должны были оказать воздействие на читателей. В стихах, в прозе, в публицистике создавался и преподносился миф героя-вождя, который мог бы воодушевить читателей. Объявленный большевиками «красный террор» сыграл в этом процессе не последнюю роль²⁴⁷. Все советские издания освещали эту тему, каждый газетный выпуск содержал множество материалов, посвященных этому скорбному событию. В письмах в редакцию люди клялись в верности вождю и его идеям: «Могила Ленина – колыбель свободы всего человечества», «Чтоб Ильича уничтожить – смерти такой еще нет»²⁴⁸. Высшей точкой проявления верности и любви к вождю стали его проводы в последний путь²⁴⁹. Пресса активно представляла и вводила в сознание российских граждан позитивную мифологию смерти: для тех, кто живет на земле, смерть, предшествующая духовному возрождению, является заменой одного способа существования на другой, воссоединением тела с землей, а души с духом. Идеей всей обрядовости стала возможность ее восприятия как неотъемлемой стадии существования личности, во время

²⁴⁷ Страдающий Аким В. Ленину // Беднота. 1918. 11 сент.; Гулов Г. Дорогому товарищу Ленину. //Беднота. 1918. 17с сент.; К-в Ф. Мировому вождю пролетариата В.И.Ленину. //Беднота. 1918. 12 сент. и др.

²⁴⁸ Клянемся!; Гузев, слесарь. Чтоб Ильича уничтожить – смерти еще такой нет// Петроградская правда. 1924. 24 янв. и др.

²⁴⁹ «Правда» из номера в номер печатала список партийных и правительственных организаций, приславших в газету свои соболезнования. К 27 января перечень насчитывал 438 организаций. Корреспондент газеты «Петроградская правда» посчитал, что ежедневно в зал для прощания допускалось 7-8 тысяч человек, за сутки – около 200 тысяч Петроградская правда. 1924. 25 янв.

которой происходит вознесение к бессмертию. Так власть с помощью прессы создавала миф о бессмертном сверхчеловеке, мыслителе, «земном боге» – Ленине.

Исследователь А. М. Цуладзе доказывает, что «стержнем магического восприятия власти и ее верховного политета является убеждение подданных, что все в стране зависит от первого лица государства. Дальше простая логика подсказывает, что все проблемы страны может решить только сверхчеловек, наделенный неограниченной властью»²⁵⁰. На страницах газет «Правда» и «Известия» и других газет публиковались ленинские статьи «Страничка из дневника», «Как нам реорганизовать Рабкрин», «Лучше меньше, да лучше». «Новые хозяйственные движения в крестьянской жизни» и др., печатались очерки, статьи, репортажи, на первые полосы выносились заголовки, впоследствии ставшие пословицами и поговорками: «Ленинское слово не забудется: что сказал Ленин, то и сбудется»; «Правда Ленина по всему свету шагает»; «Ленин с нами вечно будет, мир его не позабудет»; «Была лучина да свеча, а теперь лампа Ильича»; «Без ленинских заветов не было бы власти Советов» и др.²⁵¹. Таким образом, феномен российского мифа вождизма представляет собой сложное и многомерное явление. Человек, выступающий с проповедью необходимости радикальных перемен, в нашем случае В.И. Ленин, является потенциальным харизматическим лидером. Харизматическая власть вождей противопоставляется рационально-правовым традициям, определяется как особая революционная сила, тесно связывается с социальным движением, возникающим вне существующего

²⁵⁰ Цуладзе А. Указ. соч. С. 125.

²⁵¹ Ленин В. И. Страничка из дневника // Правда. 1923. 4 янв.; Его же. Как нам реорганизовать Рабкрин // Правда. 1924. 25 янв.; («Лучше меньше, да лучше» написана Лениным в начале февраля, она была опубликована в «Правде» 4 марта 1923 г. с указанием даты «2 марта»); Там же. Новые хозяйственные движения в крестьянской жизни // Известия. 1923. 14 марта. Газеты до мая 1923 года сообщали об удовлетворительном здоровье вождя, а дальше имя и образ Ленина использовались для проведения всевозможных кампаний (сбор средств на постройку аэроплана «Самолет Ильича», для изготовления и продажи значков с его изображением. // Правда. 1923. 8 сент.).

государственного порядка и всегда каким-то образом на него направленным. Подобные движения притягивают лиц, которые испытывают острый дистресс в той или иной форме.

Отождествление в общественном сознании индивида и его мифического прототипа зависит от соответствия публичных действий этого индивида своему прототипу. Такое соответствие, по мнению В. С. Полосина, может достигаться двумя путями: «1) непосредственно – в случае констатации обществом прямого положительного результата личных действий индивида по реализации нравственного идеала: победа, триумф, сбывшееся предсказание; 2) опосредованно – через ритуально-символическое вхождение индивида в соответствующий миф; в данном случае отсутствие личных заслуг компенсируется *honoris causa* – совокупностью всех исторически положительных результатов, сообщаемых индивиду через его личное участие в политическом ритуале, символика которого и является средством убеждения общественного сознания в необходимости отождествить индивида с его мифическим прототипом, констатировать обретение им качеств его прототипа и, соответственно, легитимизировать его во власти»²⁵². Принимая аргументацию этих исследователей, необходимо уточнить, что любая составная часть политического процесса есть выражение коллективного желания достичь определенной цели, которую отражает и конкретизирует миф лидера. Исследователь Н. И. Шестов убедительно это доказывает: «Поиск политического вождя того или иного масштаба на основании мифологически отрефлектированных обществом политических потребностей постоянен и осуществляется на различных уровнях социальной структуры, от личности и до нации. Желание вождя и сама мифология вождя, таким образом, рождаются отнюдь не из одних только метаний массового сознания в поисках выхода из политического кризиса. Основательнее было бы утверждать, что в общем случае они

²⁵² Полосин В. С. Указ. соч. С. 186.

рождаются из далекой от мистики общественной потребности обозначить опорные точки политического процесса и сделать его более контролируемым со стороны общества»²⁵³. При этом аналитический аспект предполагает потребность в самоорганизации, упорядочении поведения отдельных элементов системы, средств массовой информации, трансляторов мифов вождизма, в целях обеспечения ее жизненной и функциональной способности. Такая упорядоченность осуществляется через вертикальное (управление – подчинение) и горизонтальное (коррелятивные одноуровневые связи) распределение функций и ролей, через выделение управленческих функций, которые требуют иерархической организации. Вершина пирамиды – лидер, вождь, политический актер с особыми харизматическими качествами.

С многовековой традицией, рассматривающей лидеров как локомотивы истории, принципиально расходится марксизм. Он ограничивает возможность активности политических лидеров исторической необходимостью и классовыми интересами. Политический лидер выступает здесь наиболее последовательным, сознательным и умелым выразителем воли класса, т.е. играет по отношению к классу вспомогательную, служебную роль. Если К. Маркс и Ф. Энгельс отмечали возможность обособления политических лидеров от представляемого ими класса и предупреждали рабочих о необходимости обезопасить себя от собственных чиновников, то у Ленина и особенно у Сталина возобладали еще более упрощенные представления о соотношении масс и политических лидеров. «Массы, – писал Ленин, – делятся на классы, классами руководят обычно политические партии, политические партии в виде общего правила управляются более или менее устойчивыми группами наиболее

²⁵³ Шестов Н. И. Указ. соч. С. 48.

авторитетных, влиятельных, опытных, выбираемых на самые ответственные должности лиц, называемых вождями»²⁵⁴.

В последние годы появились попытки концептуального разведения понятий «лидер» и «вождь» и понимания вождя как всего лишь одного из типов лидера. Вождизм – тип властных отношений, основанный на личном господстве и личной преданности носителю верховной власти. «Он типичен для традиционных и квазитрадиционных, идеологизированных, теократических, жестко централизованных, авторитарных и тоталитарных обществ. Его власть безгранична и бесконтрольна, для него типично иррациональное восприятие политики в обыденном сознании. После смерти вождь канонизируется, а наследники в таком обществе действуют его именем»²⁵⁵. Таким образом, транслируемые печатью мифы вождизма стали реальной возможностью для демонстрации роли личности в исторических событиях. Эту возможность в полной мере использовал В. И. Ленин для прихода к власти, реализации своего давно выработанного плана, считает Н. А. Бердяев: «Он не был типическим русским интеллигентом. Он соединял в себе предельный максимализм революционной идеи, тоталитарного революционного мирозерцания с гибкостью и оппортунизмом в средствах борьбы, практической политике. Только такие люди успевают и побеждают. Он соединял в себе простоту, прямоту и нигилистический аскетизм с хитростью, почти с коварством. В Ленине не было ничего от революционной богемы, которой он терпеть не мог. В этом он противоположен таким людям, как Троцкий или Мартов, лидерам левого крыла меньшевиков», «Ленин проповедовал жесткую политику, но лично он не был жестоким человеком. Он не любил, когда ему жаловались на жестокости ЧК, говорил, что это не его дело, что это в революции неизбежно»²⁵⁶.

²⁵⁴ Ленин В.И. Полн. Собр. Соч. //Электронный ресурс. Режим доступа: <http://vilenin.eu/>

²⁵⁵ Ольшанский Д. В. Политическая психология. – СПб.: Питер, 2002. С. 201-202

²⁵⁶ Бердяев Н. А. Истоки и смысл русского коммунизма. - М.: Наука, 1990. С. 95.

Вождизм более века остается в восприятии общества настолько великим и противоречивым, интерес к нему не ослабевает и поныне. Преподносимые мифы активно использовали патриотические чувства русских людей, что не соответствовало теоретическим взглядам вождей, а скорее противоречило им. Согласно представляемому мифу вождизма, В. И. Ленин в сознании российских граждан оставался своеобразным интернационалистом, провозгласившим российскую революцию прологом мировой революции. В начальном потоке создания мифологии большевистские журналисты следовали партийной линии, стремясь создать стандартный образ Ленина для нужд общественности, выработать официальное жизнеописание вождя, которое превратило бы его в действенный политический символ в рамках марксистской идеологии. С другой стороны, общепринятое единообразие ленинского образа произошло только после его смерти, в период усиленного и повсеместного насаждения культа его памяти. Идея мавзолея – иллюзорная мечта о последующем его воскресении, подобно умирающим и воскресающим богам Осирису, Адонису. Такой бог умирает насильственно, его убивают, сопоставим это с ходившими слухами об отравлении Ленина. Чувства преклонения и политической лояльности, имеющие общий источник в человеческой психологии, долгий процесс секуляризации его образа не привел к разграничению двух этих сфер в умах простых людей. Жития святых и богов служили образцом при описании не только образа Ленина, но позднее и других влиятельных авторитетов революционной интеллигенции.

По мнению Г. В. Вернадского, «уникальное качество Ленина как политического лидера состояло в том, что в «нем сочеталась приверженность абстрактной теоретической программе с редким умением приспособить свою тактику к требованиям жизни. Сочетание казалось в высшей степени необычным: в одном человеке соединились фанатик и оппортунист»²⁵⁷. Такая

²⁵⁷ Вернадский Г. В. Ленин – красный диктатор. М.: Аграф, 1998. С. 135.

характеристика подтверждает, что со времен Российской империи символы царствующих особ поднимались до состояния божественного (божий помазанник), и делалось это сознательно. В советском обществе мифообразы лидеров существовали латентно, на фоне демократических лозунгов. Исследователь Г. Г. Почепцов предлагает новые подходы к раскрытию теории вопроса, он рассматривает ситуацию следующим образом: «Повторя христианскую догматику, Ленин существовал в трех лицах. Он функционировал как ребенок, и до сегодняшнего дня этот его облик возникает в памяти любого. Ленин-ребенок существовал исключительно в детском контексте. Во второй ипостаси вождь был революционером в противовес представителям царской России: это была опять-таки мифологическая структура, которая завершалась временем революции. Третий В. И. Ленин был руководителем первого в мире социалистического государства. В каждой из этих трех точек были человеческие и социальные черты. Интересно, что все эти три модуса существования носили во многом автономный характер»²⁵⁸. Остановимся на анализе последнего предложения приводимой цитаты. В советском обществе фигура вождя служила единственным человеческим воплощением божественного всевластия государства, вождь выступал как ключевая фигура мировой истории, он возвышался над народом. После развенчания культа Сталина образ Ленина выдвинулся на первый план и окончательно вобрал в себя черты демиурга, но уже в роли «дедушки Ленина».

Если в начальный период становления советской власти миф о герое-вожде пресса формировала естественным путем, а мифологические тексты содержали традиционные схемы, пути становления героев, то в ситуации с мифотворчеством «Сталин» все было иначе. Здесь мы можем доверять авторитету Р. Такера, нарисовавшему его психологический портрет. По Р. Такеру, он был не просто вождем, а «героическим вождем», всегда имел

²⁵⁸ Почепцов Г. Г. Указ. соч. С. 24-25.

четкое представление о том, что это такое. «Этот образ не давал Сталину покоя со времен юности, когда, начитавшись Казбеги, он впервые узнал о том, как кавказские горцы восхищались вождем Шамилем, «железным полководцем на белом коне». Эталонем вождя для Сталина был герой-воин, победитель и «стальной человек». Отсюда и выбор псевдонима, и стремление к «жесткому» лидерству любой ценой»²⁵⁹. Пятидесятилетие И. В. Сталина знаменовало начало эпохи культа его личности. После сокрушительного разгрома оппозиции он и его соратники получили небывалую свободу политического маневра, вследствие чего возникли предпосылки для культа вождя-героя, прообразом которого стал образ В. И. Ленина. Одним из политических мотивов было желание И. В. Сталина – укрепить свою власть в период, когда в стране начинали набирать темпы индустриализация и коллективизация. Нельзя также сбрасывать со счетов и политические мотивы отдельных деятелей из сталинского окружения, которые, желая подняться вверх по лестнице политической карьеры, поддерживали эту тенденцию, так как они знали, что она будет одобрена их лидером. Это явление рассматривает исследователь А. М. Цуладзе на примере инициативного имени «Сталин»: «Миф получает в свое распоряжение смысл, т.е. реальную историческую личность, носившую кличку Сталин. У этой личности была биография, личностные особенности, желания и т.д. Но миф берет только форму, отменяя лишние детали. Он берет имя «Сталин», очищает его от реальной биографии, превращает в заклинание. Далее эта форма наполняется понятием. В данном случае имя «Сталин» олицетворяло понятие единства и дисциплины. На выходе мы получаем значение, т.е. сакрального Сталина, земного Бога, гениального вождя и учителя. Эта схема позволяет понять, почему Сталин фальсифицировал собственную биографию – потому, что был опытным мифологом и прекрасно понимал разницу между мифологизированным образом и реальным человеком. Поэтому биография превращалась в легенду. В ней оставалось только то, что соответствовало

²⁵⁹ Такер Р. Сталин: путь к власти. 1879-1929. М.: Прогресс, 1991. С. 441.

понятию, сообщенному имени «Сталин». Все остальное отметалось»²⁶⁰. Основополагающий тезис мифологии культа вождя афористично сформулировал А. Барбюс: «Сталин – это Ленин сегодня». Это лозунг был вынесен на первые полосы печатных изданий. Р. Барт, выделяя «левый» и «правый» миф, мифотворчество и мифологизацию личности Сталина рассматривает как пример «левого» мифа: «Долгие годы Сталин как словесный объект представлял в чистом виде все основные черты мифического слова. В нем был смысл, то есть реальный исторический Сталин, и означающее, то есть ритуальное прославление Сталина, фатальная природа тех элементов, которыми окружалось имя и означаемое, то есть интенция к ортодоксии, дисциплине и единству, адресно направленная коммунистической партией на определенную ситуацию. Наконец, значение, то есть Сталин сакрализованный, чьи исторически определяемые черты переосмыслены в природном духе, сублимированы под именем гениальности, чего-то иррационально-невыразимого. Деполитизация здесь очевидна и вполне ясно говорит о присутствии мифа»²⁶¹. Как считает Р. Такер, «прежде чем доказать свое революционное величие, возглавив движение к новым победам всемирно-исторического значения, ему нужно было стать призванным лидером этого движения. Именно к этой цели, не к власти как таковой, он стремился, его претензии на роль преемника еще при жизни Ленина стали одной из причин конфликта с ним. Чтобы занять высшую ступеньку пьедестала, И. В. Сталин был готов в случае необходимости сразиться с самим Лениным. Если Ленин не считал, что его преемником должен по праву стать Сталин, то, по мнению Сталина, лишь потому, что Ленин был болен и уже не являлся тем В.И. Лениным, каким его знали прежде. С одной стороны, Сталин своей цели достиг, но, с другой стороны – абсолютного успеха не добился. Это противоречие будет тяготеть над ним в течение всей его долгой жизни и приведет к далеко идущим и

²⁶⁰ Цуладзе А. М. Указ. соч. С. 31.

²⁶¹ Барт Р. Указ. соч. С. 174.

порою трагическим последствиям для коммунистического движения, для России и для всего мира»²⁶².

Об опасности тотализации политической системы и средств массовой информации речь шла в декабре 1923 года. Вождь выступал на расширенном собрании Краснопресненского райкома партии с групповыми организаторами, членами партбюро ячеек и членами дискуссионного клуба с такими установками: «В 1917 году, когда мы шли в гору, к Октябрю, мы представляли дело так, что это будет ассоциация трудящихся, что с бюрократизмом в учреждениях покончим и что государство если не в ближайший период, то через два-три продолжительных периода удастся превратить в ассоциацию трудящихся. Практика показала, что это есть идеал, до которого нам еще далеко, что для того, чтобы избавить государство от элементов бюрократизма, для того, чтобы превратить советское общество в ассоциацию трудящихся, необходима высокая культура населения, нужна совершенно обеспеченная мирная обстановка кругом для того, чтобы не было необходимости в наличии больших кадровых войск, требующих больших средств и громоздких ведомств, своим существованием накладывающих отпечаток на все другие государственные учреждения. Наш государственный аппарат в значительной мере бюрократичен, и он долго еще останется таким»²⁶³. Для достижения поставленных задач вождь рекомендовал использовать боевых помощников партии, средства массовой информации. Более того, пресса как фактор, определяющий симпатии и/или антипатии избирателей и, соответственно, их выбор, должна стать важнейшим элементом политической культуры всех типов в эпоху информационной революции. Советская пресса из-за своих особенностей обращается главным образом к иррациональным факторам воздействия, что способствует формированию мифологического сознания. Особую систему убеждений, точнее – иллюзий можно считать идеологией средств массовой

²⁶² Такер Р. Указ. соч. С. 441.

²⁶³ Сталин И. В. О задачах партии // Соч. Т. 5. М.: Политиздат, 1952. С. 360-361.

информации, а пропаганду вождизма – распространением в прессе системы харизматических образов по созданию мифологического единства идеологии с реальной жизнью.

Советская пресса сформировала миф вождя и придерживалась этого мифа на протяжении целой эпохи от превознесения до его падения. Вождь подыгрывал ей, он был талантливym актером и режиссером своих ролей. Многолетний опыт массовых движений показывает, что верить в кого-либо, во что-либо проще, не надо думать. Типичный демиург, Сталин не являлся творцом мира, а только помогал людям в нем устроиться, он – соратник Ленина в революции, но не главный ее деятель, он – отец народов, вождь мирового пролетариата, корифей всех наук, главный специалист во всем, строитель новой жизни – «сталинских пятилеток», вдохновитель «10 сталинских ударов» в войне. Эти постулаты вождь поднимал до высот шекспировского театра. Его главное достижение – собственный автопортрет, созданный, вылепленный им и запущенный печатью в общество. Создать образ, поощрять и поддерживать свой культ – задача непростая. Его образ ассоциировался в сознании масс с определенным мифологическим героем, а психоэнергетизм «дьявольских» личностей вызывает психическое заражение. В прессе он был представлен как существо высшего порядка, («Сталин, ты выше высоких небес»), он был титаном, почитаемым героем. Соответственно, почитание героя переходит в религиозный культ, ему молятся миллионы людей, он наделяется эпитетами, которые могли бы смутить нормального человека («стали крепче имя твое», «солнца ярче слава твоя», «меда слаще слово твое», «сокол ясноокий», «гений всех народов», «мудрый рулевой» и др.). Е.Громов так характеризовал эту ситуацию: «Стоит сказать, что Иосифу Джугашвили было в некоторых отношениях легче обрести этот имидж, чем другим членам ленинского Политбюро. Лев Троцкий, обладавший, как и его главный соперник, незаурядными актерскими способностями, умел перевоплощаться в различные образы, что

и доказал в гражданскую войну. Популярность его была немалой. И все же он оставался зачастую чужим, далеким для «среднего» красноармейца и командира. Чисто внешняя деталь: Троцкий любил носить кожаную («комиссарскую») тужурку и армейские сапоги. Сталин воспринимался словно родившимся в таких сапогах. Полувоенный френч, фуражка являлись его органичными атрибутами. Даже недостатки Генерального секретаря, о которых в своем политическом завещании писал Ленин и в которых Сталин публично признавался, работали, в конечном счете, на его имидж. Груб? Резок? Что тут особенного? Честный человек, болеющий душой о деле, о народе, бывает резким»²⁶⁴.

В 1937 году на пленуме ЦК ВКП(б) Сталиным была сформулирована установка для прессы – борьба с классовым противником. Характеристики «внутреннего врага», публикуемые на страницах печати, были однотипны: скрытность, фальшь, подхалимство, вредительство, диверсия, шпионаж. По мнению Н. Г. Щербининой, «Сталин вольно или невольно представлял политическое зло по образу и подобию мифологического змея: это коварный и лживый тип клеветника, действующий исподтишка. Из данной мифологемы следовал идеологический вывод об особой опасности и живучести зла в политическом мире»²⁶⁵.

Природа наделила И. В. Сталина качествами, которыми обделила других советских руководителей: решительностью и бесконечной жестокостью. Он развивал то, что было заложено при Ленине, – расстрелы без суда, лагеря, ограбление людей. «Подобно иностранному завоевателю, – по мнению Х. Арендт, – тоталитарный диктатор рассматривает природные и промышленные богатства каждой страны, включая собственную, как возможную добычу и средство подготовки следующего шага агрессивной

²⁶⁴ Громов Е. С. Сталин: власть и искусство. М.: Республика, 1998. С. 173.

²⁶⁵ Щербинина Н. Г. Политический миф России. 2-е изд. Томск: Изд-во Томского ун-та, 2002. С. 70.

экспансии. Тоталитарный диктатор похож на иностранного завоевателя, пришедшего ниоткуда, и его грабеж, похоже, никому не приносит пользы. Распределение добычи не производится с целью усилить экономику родной страны, но рассматривается только как временный тактический маневр. Факт, что тоталитарный диктатор правит собственной страной как иностранный завоеватель, усугубляется тем, что добавляет к безжалостности эффективность, недостаток коей является яркой отличительной чертой тирании в чужих странах»²⁶⁶. Но совсем другим он представал в газетных публикациях. Например, вождь публично признавал наличие в республике Советов казарменного социализма, дополненного неуправляемым бюрократическим аппаратом. Вся его речь, опубликованная в прессе, строится на фоне иррациональных фактов («с бюрократизмом в учреждениях покончим», «государство если не в ближайший период, то через два-три продолжительных периода удастся превратить в ассоциацию трудящихся»), используются похожие риторические фигуры, в которые составляются те или иные формы мифического означающего. В данном случае для иммунизации коллективного воображения в речь вводится доза открыто признаваемого зла: это помогает предохранить его от опасности более глубокого прорыва уже сформировавшихся устоев (по классификации Р. Барта – «прививка»). Средства массовой информации брали на вооружение эти установки, транслировали иллюзорные, параллельные, мифические образы вождя. На этом фоне объяснима ситуация с раздуванием «троцкистско-бухаринской опасности». Дискредитировать своего политического противника Сталину нужно было для фальсификации истории Октябрьской революции, Гражданской войны. Когда у И. В. Сталина и его команды не оставалось никаких аргументов – «оружия критики» (по Марксу), они прибегали к «критике оружием», сочиняя через органы НКВД мифы про «оппозиции» и «террористические центры», коим сочувствуют бесчисленные «враги народа». Единственное, что подобным мифам могло придать характер

²⁶⁶Арендт Х. Указ. соч. С.542-543.

действительности, – был тотальный страх перед «посадкой» или тем более уничтожением, без принесения жертвы не обходился ни один советский ритуал²⁶⁷. Еще более категоричен в оценке деяний вождя маршал А. М. Василевский: «Без тридцать седьмого года, возможно, и не было бы вообще войны в сорок первом году»²⁶⁸. Многочисленными жертвам стали журналисты, например, редактор газеты «Правда» Н. И. Бухарин после его выступления со статьей «Заметки экономиста». Главная ее цель – показать, насколько догматичен Сталин в трактовке идей социалистического строительства. Бухарин выступал против волюнтаризма, пренебрежения к науке, анализу объективных трудностей и субъективных просчетов. Он практически опровергал предложенный Сталиным в 1928 г. путь преобразования экономики на основе политики «дани». На основании этого Н. И. Бухарин делает вывод о том, что Сталин думает о сохранении не социализма, а своей собственной власти. Наоборот, его ставленникам надобно убирать тех, кто думает об этой самой экономике и подлинной диктатуре пролетариата (а не бюрократа).

Советская пресса, представляя мифы вождизма, опиралась на систему координат: «герой – антигерой». По мнению Г. Г. Почепцова, читателям «необходимо зрелищное событие, отличное от его серых будней. Но не всякая неординарная ситуация представляет интерес с точки зрения государства, на нее необходимо наложить еще государственную ценность»²⁶⁹. Вчерашние герои становились героями показательных судов, карательные меры были жестки и категоричны, репортажи из залов суда занимали первые полосы всех центральных и местных изданий.

Борьба Сталина за лидерство в партии, государстве, утверждение административно-командной системы, сращивание партийного и хозяйственного аппарата становились питательной почвой для их неприятия,

²⁶⁷ Бухарин Н. И. Заметки экономиста // Правда. 1928. 30 сент.

²⁶⁸ Комс. правда. 2003. 18 дек.

²⁶⁹ Почепцов Г. Г. Указ. соч. С. 82.

для молодежного нигилизма, ухода от идеологических догматов. Именно в этот период возникают теории журналистов Л. Шацкого и Я. Стецкого «юношеского авангардизма», «перевоспитания молодого кулака в комсомоле», теория «делячества» и др. Теория «делячества» несла с собой идею чисто «практических дел», провозглашавшая: «Не думай, а дело делай», популяризировала лозунг: «Люблю специальность – зачем мне социализм»²⁷⁰. В молодежной «теории делячества» преобладали эмоции, юношеский максимализм, психологическая нестабильность, но в такой постановке вопроса была своя правда, благосостояние каждого гражданина осуществляется путем каких-то накоплений. Подобная позиция шла вразрез с общепринятыми догмами, «Комсомольская правда», по мнению вождя, не только имела тенденции к примирению с левым уклоном, но неправильно понимала правый уклон, а это затрудняло борьбу с уклонами от ленинской линии. Статьи журналистов, опубликованные на ее страницах, были расценены вождем как политическая ошибка, подобные газетные тексты посягали на святое, на миф Звезды: «Учение Ленина-Сталина бессмертно!», «Изучайте великий путь партии Ленина-Сталина». Сталин и ЦК ВКП(б) занялись усилением партийного руководства комсомолом, оно свелось к физическому уничтожению редакторов «Комсомольской правды».

Мифы героев-вождей проникали во все сферы жизни советского общества, пресса была повернута только в одну сторону, шла по дороге с однонаправленным и односторонним движением (ежедневные фото, статьи, репортажи о вождях). Изменение порядка шло от вербального плана, визуальное пространство также организовывалось в виде улиц, площадей, памятников имени вождей, а затем других политических фигурантов. Когда Сталин решил переписать историю русской революции, то «пропаганда его версии включала в себя вместе с уничтожением ранних книг и документов, а также уничтожение их авторов и читателей, считает Х. Арендт. –

²⁷⁰ Овсепян Р. П. Указ. соч.: С. 122.

Публикация в 1938 году новой официальной истории коммунистической партии была сигналом к окончанию свержения, уничтоживших целое поколение советских интеллектуалов»²⁷¹. «Отец народов» признавал только жесткие принципы управления, «он был агрессивен по отношению к своим «детям», народам; он мог их перемещать целиком, рассматривая как единые живые существа. Мифологическое и символическое пространство было выгодно системе. Общество же в целом описывалось «как пирамида, базой которой является народ, а вершиной – вождь»²⁷². Единомыслие, основной закон советского государства, не должно было нарушаться инакомыслием. Если это происходило, то в действие вступала диффамация, распространение через прессу порочащих сведений, вбрасывание компромата. Тексты представляли собой жесткую структуру координат, выстроенных властью (враги, уклонисты, троцкисты). Вождь призывал: «Борьба с правым уклоном есть одна из решающих задач нашей партии. Если мы в своей собственной среде, в своей собственной партии, в политическом штабе пролетариата, который руководит движением и который ведет вперед пролетариат, если мы в этом самом штабе допустим свободное существование и свободное функционирование правых уклонистов, пытающихся демобилизовать партию, разложить рабочий класс, приспособить нашу политику к вкусам советской буржуазии и спасовать, таким образом, перед трудностями нашего социалистического строительства, – если мы все это допустим, то что это будет означать? Не будет ли это означать, что мы готовы спустить на тормозах революцию?»²⁷³.

Тенденция в прославлении воли, величия вождя в прессе прослеживалась в военные, послевоенные годы. Мифологические качества вождя продолжали оставаться стержнем, на основе которых строилась

²⁷¹ Арендт Х. Указ. соч. С. 452.

²⁷² Гюнтер Х. Государство как «тоталитарное» произведение искусства // Общест. науки и совр. 1992. № 4. С. 90.

²⁷³ Сталин И. В. Вопросы партийного руководства // Соч. Т. 12. М.: Политиздат, 1949. С. 105.

печатная пропаганда. Газеты «Правда», «Известия» и другие регулярно публиковала статьи, восхваляющие демиурга: «Вместе с Лениным ты, товарищ Сталин, создавал партию большевиков, в тесном содружестве с Лениным разрабатывал идеологические, организационные, тактические и теоретические основы большевизма, закалял партию в суровых боях за освобождение трудящихся, превратив ее в самую могучую революционную партию в мире. Бесстрашный революционер, гениальный теоретик, великий организатор, ты вместе с Лениным уверенно и смело, твердо и осмотрительно вел партию, рабочий класс на вооруженное восстание, на социалистическую революцию»²⁷⁴.

«Сталин вел нас к коммунизму. Над гробом Сталина мы клянемся, что построим коммунизм, потому что нас ведет великая Коммунистическая партия бессмертного Ленина и бессмертного Сталина. Вечная слава в веках величайшему гению всех времен и народов – самому живому из всех живых людей на земле – другу, отцу, учителю – Сталину»²⁷⁵. Задача усложнялась тем, что в памяти сограждан, считает А.С. Ципко, «в разные моменты в этом человеке больше проявлялось то одно, то другое. Вскоре после победы над Гитлером под лозунгом борьбы с безродным космополитизмом на знамя поднимается откровенный антисемитизм»²⁷⁶.

Развитые религии имеют несколько поколений богов, изначальные, как правило, связанные с небом и землей. Породив богов действующего пантеона, они отходили в тень, как Уран и Рея, Крон и Гея у греков, уступившие место Зевсу и богам-олимпийцам, или же египетские Шу и Тефнут, Геб и Нут, породившие Осириса, Исиду, Сета и Нефтиду. Их почитали, но умеренно. Центральный герой классического мифа – культурный герой, демиург, создатель, творец. Демиург в христианском

²⁷⁴ Сегодня 70-летие со дня рождения И. В. Сталина // Правда. 1949. 21 декабря. С. 1.

²⁷⁵ Партия и народ едины // Известия. 1953. 8 Марта. С. 1.

²⁷⁶ Ципко А. С. Путину есть чему поучиться у Сталина // Комс. правда. 2002. 20 апр.

богословии – одно из именовании Бога, создателя и строителя всего существующего, основателя рода, его приключения выступают в роли исторических преданий. Советский демиург, герой-вождь – создание высшего порядка. Миф вождизма осложнялся тем, что демиургов было двое – Ленин и Сталин. Но они не соответствовали паре «близнецы», так как их роли в преданиях дублировались и разделились.

Наиболее распространенными в представляемом прессой мифе героя-вождя были образы примитивной тотемической мифологии, в поисках адекватного сравнения самый главный человек эпохи обесчеловечивался, приравнивался к лику солнца, светоча. Но, по К. Юнгу, солнце – «символ источника жизни и высшей деятельности человека», образа солнца – сияющее явление, с одной стороны, с другой – черное, скрытое, имманентное – образ, противоположно окрашенный и этически – символ греха, затмения и искупления. Знак солнца – это и знак центра духовного посвящения. Люди солнца – целомудренные, мудрые, верные, надежные друзья. Солнечная стихия – огонь. Стихия огня соответствует горящему, воспламеняющемуся, подчиняющему себе волю и желания окружающих. Солнце – символ Христа. В христианской символике эквивалентом солнца является знак святости – нимб, излучающий духовный свет и энергию²⁷⁷.

В текстах, передаваемых прессой, также широко использовались зооморфные образы, символизирующие отвагу и мужество вождей (Ленина и Сталина сравнивали с солнцем, с орлом, со снежным барсом и др.). Образы животных соседствовали с символами могущества, дубом, чинаром и др. Мифы в их первоначальном значении подвергались тщательной обработке и приспособлялись к требованиям времени. Исследователь А. Н. Афанасьев подобную ситуацию формулирует следующим образом: «С развитием народной жизни, когда в отдельных ветвях населения обнаруживается

²⁷⁷ Энциклопедия символов, знаков и эмблем. М.: Локид Миф, 1996, С. 463-465.

стремление сплотиться воедино, необходимо возникают государственные центры, которые вместе с тем делаются и средоточиями духовной жизни: сюда-то приносится все разнообразие мифических сказаний, выработанных в различных местностях; несходства их и противоречия бросаются в глаза, и рождается естественное желание примирить все замеченные несогласия. Так возникает канон, устрояющий царство бессмертных и определяющий узаконенную форму верований»²⁷⁸. Высшие и низшие боги, верховный владыка в советском обществе обладали всей полнотой власти, в процессе функционирования СМИ, преобладала мифологизация и гиперболизация их образов (гениальный, титанический и др.). Авторитарному явлению, культу уделяется главное внимание, так как обожествление – доминантный элемент режима. «Обожествление, – считает М. Джилас, – или, как теперь говорится, «культ личности Сталина», создавал не только он сам, а в такой же, если не в большей, степени – сталинское окружение и бюрократия, которым такой вождь был необходим»²⁷⁹. Харизма вождя проходит стадии судьбы мифического героя, а мифическая трансформация соответствует стадиям развития личности. Для политического лидера их оказывается больше, чем для обычного человека. Эти установки хранит историческая память народа, реальные исторические персонажи воспринимаются сказочными героями, судьбы которых обрастали преданиями.

В архаической российской политической культуре обязательна парность образов, поэтому второй символ – мать. В советскую эпоху символ «мать» символизировал родину. «Как невесту, Родину мы любим, бережем, как ласковую мать», пелось в известной песне Лебедева-Кумача, и слово Родина писалось с большой буквы, оживляя и персонифицируя этот образ. В советском политическом мифе, как утверждает Н. Г. Щербинина, «источник жизни не мать, а вождь. Поэтому столь популярен образ мудрого садовника, сочетающийся с универсальным мифологическим образом мирового

²⁷⁸ Афанасьев А. Н. Древо жизни. М.: Современник, 1982. С. 25.

²⁷⁹ Джилас М. Лицо тоталитаризма. М.: Новости, 1992. С. 42.

дерева»²⁸⁰. Исследователь И. С. Клямкин приводит аргументы, доказывающие фатальную неизбежность культа личности, определяет роль информационных каналов в этом процессе. Мифологические сюжеты о героях-вождях возникали в политике из соответствия того или иного политического института его архетипическому прообразу. Процесс рождения политического героя-вождя становится аналогом рождения мифологического героя. О его будущем рождении свидетельствует Великая Мать (например, партия или национальная элита), в качестве исторического персонажа очевидным образом присутствует «небесный отец» (мудрец или властитель, благословляющий преемника на служение). Условием легитимизации политического деятеля в качестве политического вождя («локального героя») или национального вождя является видимое обществом соответствие его личности мифическому прототипу. Для этого будущему вождю надо ритуально «умереть» в прошлой жизни и «воскреснуть» в своем мифическом образе героя-сверхчеловека («локального» или «всеобщего» характера). Для такого ряда превращений порой достаточно ритуала вступления в должность, которая сама по себе уже обожествлена и мифологизирована как священная (или, в случае «локального героя», имеет некий налет священности). Только разительное несоответствие этой должности способно разрушить иллюзию святости героя. Если же должность не носит священных характеристик, то героическая история может закончиться регрессией персоны, при условии, что политический герой не найдет в себе сил преобразить рутинный статус должности или отказаться от него.

Все компоненты мифа героя-вождя связываются в систему, разумеется, не в момент выбора вождя по харизме, не в момент назначения на престижную должность, а в апогее его славы. Но именно в этот момент миф становится прочным элементом прессы, внедряется в общественное сознание. Собственно предназначение политического вождя состоит в том,

²⁸⁰ Щербинина Н. Г. Герой и антигерой в политике России. М.: Весь мир, 2002. С.97.

чтобы такого рода элементы создавать, на это должны быть нацелены его магия – личная харизма (природный дар), политический ритуал (профессиональная технология). Недостающая харизма должна замещаться убедительными для массы ритуальными действиями. Результатом становятся актуализация национальной мифологии, прояснение национальной идеологии, которая в лице политического героя-вождя обретает понятное для народа воплощение с помощью прессы. Важным моментом политической магии является дуализм вождя, который, с одной стороны, является профессиональным участником политической конкуренции, а с другой – живым мифом. Политический герой все время колеблется в своем поведении между текущими и рутинными управленческими задачами и задачами, которые диктуются его значением для масс. Обожествление политического героя-вождя превращает его в божество, которое всеильно до такой степени, что перестает влиять на реальные политические условия. Тогда политический капитал героя разменивается его окружением, замещающим его земные функции, а сам герой становится Богом-Отцом для последователей, разыгрывающим, в конце концов, стандартную «семейную драму» с рождением нового героя-преемника – Сына.

Следует отметить, что история возникновения политического (или часто национального) героя вписывается в закономерности мономифа – универсального сюжетного построения. Именно отсюда возникают представления о «реинкарнации» героев прошлого в современных политиках, невольное копирование последними повадок и поступков великих государственных деятелей и т.п. В дальнейшем приобретенные мифические качества становятся способом воздействия политического героя – вождя на массы и свое ближайшее окружение. Вернувшись в мир людей, политический герой начинает новый мифический цикл, который будет зафиксирован только в конце пути, когда произошедшие события окончательно обретут свой мифический смысл. Тот, кто знает, как

складывался миф политического героя, может расшифровать его мифологическое имя, экстраполировать сюжет в перспективу, внедрять в сознание масс, используя возможности средств массовой пропаганды.

Мифотворчество в советской прессе реализовывалось по христианским канонам, в визуальном и вербальном пространстве обязательно присутствовала мифологема Солнца («ленинская / сталинская правда светлее солнца»). Стандартные изображения В. И. Ленина, И. В. Сталина с детьми на фотографиях и картинах копировали модель Мадонны с младенцем; В. И. Ленина, И. В. Сталина с соратниками – Христа среди апостолов; В.И. Ленина, И. В. Сталина среди рабочих – Христа среди людей. При этом ни один газетный номер не выходил без фотографии или рисунка вождя.

Огромные монументальные фигуры Ленина, Сталина должны были символизировать характер образа вождей. Вожди – вдохновители и организаторы побед: в революционной борьбе, Гражданской и Великой Отечественной войнах, в покорении целины, Арктики, космоса. Вождь – мудрый учитель, он демонстрировал исключительный ум, проницательность, скромность, простоту и человечность. Вождь-человек представлялся как друг детей, спортсменов, колхозников, ученых. Атмосфера прославления коммунистической партией ее вождей окутывала человека с самого рождения. Стихи и песни о Ленине и Сталине дети разучивали в детских садах, первым написанным в школе словом становилось имя вождя, да и за «счастливое детство» говорилось спасибо не родителям, а «родному вождю». Так воспитывались поколения, «беззаветно преданные делу коммунизма». Герой-вождь выступал как составная и неделимая часть нового, революционного мышления, на героев-вождей равнялись, в них верили как в

высшую политическую власть, они создавали определенные поведенческие ритуальные координаты советского общества²⁸¹.

После смерти вождей мифологическая космогония не сдает позиции. Многолетний пропагандистский проект, реализуемый медийными каналами, продолжает работать, он воспроизводит в массовом идеологическом сознании мифы, легко приспособлявая их к вызовам и стилистике реальности. Так, в Новосибирске активисты КПРФ к 70-летию Победы заказали размещение плакатов с портретами «лучшего друга физкультурников», в Москве его изображение должно было появиться на маршрутных такси, в Санкт-Петербурге – на автобусах. Подобное явление обозначилось не так давно, чем меньше остается очевидцев тех событий, тем сильнее вырастает демагогия относительно того, кто же обеспечил победу. И. В. Сталин отменил празднование Дня победы 9 мая, а на медали, рядом с изречением «Наше дело правое, Победа будет за нами», отчеканен его профиль. Воевал народ, а победитель один – такого не позволяли даже российские монархи. Нынешний Сталин – миф, возрождение его культа – проявление рабской психологии. У российских медиа нет осознанных, системных попыток сформировать у общества чувство неприятия, морального осуждения тоталитарных мифологических героев.

Логика рассуждений приводит нас к следующему: советская пресса справилась с поставленной задачей создания мифов: «Сталин – рулевой, вождь и учитель, полководец, садовод, языковед и др.», который в настоящее время интерпретируется как: «Сталин – палач, тиран». Обе модели приемлемы, имеют право на существование, но не покрывают собой всех реальностей того исторического периода. Можно утверждать, что

²⁸¹ В названиях большинства газет советского периода присутствовали имена вождей: «Ленинец», «Ленинское слово», «Ленинское знамя», «Сталинская искра», «Сталинская новостройка». «Сталинский призыв» и др. Только на Дальнем Востоке в 20-30-е годы издавалось 13 газет с названием «Ленинский путь», 6 газет – «Сталинец»/. Васильева Л. А., Касьянова П. А. Газеты Дальнего Востока. 1917 – 1987 гг. Владивосток, 1989. 136.

аутоэротизм владыки имел стойкую психофизиологическую основу (физические недостатки, оспины, сухорукость), компенсировался славословием в его честь со страниц газет. Закономерностью в создании подобной модели вождя было то, что Сталин – это отец народов, отец каждого человека, Бог – отец от религии – идеологии. Такой образ соответствовал патриархальной и патримониальной символике миленаристского мифа. В Украине парламентом 21 мая 2015 года был принят закон «Об осуждении коммунистического и национал-социалистического (нацистского) тоталитарных режимов в Украине и запрете пропаганды их символики». В этом документе осуждается коммунистический режим, запрещается советская символика, открываются архивы советских спецслужб и признаются борцами за независимость Украины УПА и украинские организации. Предпринятые попытки «декоммунистической перезагрузки», «десоветизации» свелись к ликвидации советской символики, переименованию улиц и городов, демонтажу более 1000 памятников Ленину и обозначались как борьба с историческим прошлым. По замыслу украинских идеологов, декоммунизация должна привести страну к существованию в новых символических координатах, откроет ворота Украине в европейское будущее. Но они вызвали обратную, ассиметричную реакцию у граждан, моральных проблем и потерь стало намного больше, чем материальных, европейские ворота не распахиваются. Кувалда способна разрушить монумент, но она не в силах вытравить из обыденного сознания то, что формировалось годами, это процесс не одномоментный. После смерти вожди канонизируются, а наследники в таком обществе действуют его именем.

ВЫВОДЫ. Печатная пресса активно воздействовала на общественное сознание. Пропаганда, подгоняя реальности под неправду, отличалась особым игнорированием фактов, которые полностью находились во власти вождя, способного сфабриковать их. Методы и приемы тоталитарной

пропаганды определяли окончательную цель тоталитаризма – завоевание мира, так как только в мире, полностью им контролируемом, вождь сможет воплотить все свои ложные утверждения и сделать истинными свои пророчества

Стержнем магического восприятия власти и ее вождя являлись убеждение граждан, что все в стране зависит от первого лица государства. Проблемы страны может решить только вождь, наделенный неограниченной властью. Поиск политического вождя того или иного масштаба на основании мифологически отработанных обществом политических потребностей постоянен и осуществляется на различных уровнях социальной структуры, от личности и до нации. Мифология вождя рождаются в поисках выхода из политического кризиса. В начальном потоке создания мифологии, большевистские журналисты следовали партийной линии, стремясь создать стандартный образ В. И. Ленина для нужд общественности, выработать официальное жизнеописание вождя, которое превратило бы его в действенный политический символ в рамках марксистской идеологии.

Если миф о вожде пресса формировала естественным путем, а мифологические тексты содержали традиционные схемы, пути становления героя, то в ситуации с мифотворчеством «Сталин» все было иначе. Советская пресса сформировала иллюзорный, параллельный, мифический образ «героического вождя», придерживалась его на протяжении целой эпохи от превознесения до его падения. Типичный демиург, Сталин не являлся творцом мира, а только помогал людям в нем устроиться, он – соратник Ленина в революции, но не главный ее деятель, он – отец народов, вождь мирового пролетариата, корифей всех наук, и др. Его главное достижение – собственный автопортрет, созданный, вылепленный им и запущенный печатью в общество. Его образ ассоциировался в сознании масс с определенным мифологическим героем, а психоэнергетизм «дьявольских» личностей вызывает психическое заражение. В прессе он был представлен

существом высшего порядка, («Сталин, ты выше высоких небес»), титаном, почитаемым героем.

Наиболее распространенными в представляемом прессой мифе вождя были образы примитивной тотемической мифологии, в поисках адекватного сравнения самый главный человек эпохи обесчеловечивался, приравнивался к лику солнца. В текстах, передаваемых прессой, также широко использовались зооморфные образы, символизирующие отвагу и мужество вождей (Ленина и Сталина сравнивали с солнцем, с орлом, со снежным барсом и др.). Мифотворчество в советской прессе реализовывалось по христианским канонам, в визуальном и вербальном пространстве обязательно присутствовала мифологема Солнца («ленинская /сталинская правда светлее солнца»). Стандартные изображения В. И. Ленина, И. В. Сталина с детьми на фотографиях и картинах копировали модель Мадонны с младенцем; В. И. Ленина, И. В. Сталина с соратниками – Христа среди апостолов; В.И. Ленина, И. В. Сталина среди рабочих – Христа среди людей.. Советская пресса, представляя мифы вождизма, опиралась на систему координат: «герой – антигерой». Вчерашние герои становились героями показательных судов, карательные меры были жестки и категоричны, репортажи из залов суда занимали первые полосы всех центральных и местных изданий. Тенденция в прославлении воли, величия вождя в прессе прослеживалась в военные, послевоенные годы. Мифологические качества вождя продолжали оставаться стержнем, на основе которых строилась печатная пропаганда.

После смерти вождей мифологическая космогония не сдает позиции. Работа по трансформации и приостановке гигантского мифологического проекта вождизма, тормозящего развитие страны, по сути, никогда не велась. Проект продолжает работать, он воспроизводит в массовом идеологическом сознании мифы, легко приспособлявая их к вызовам и стилистике реальности, продолжая возрождать мифы вождизма. У российских медиа нет

осознанных, системных попыток сформировать у общества чувство неприятия, морального осуждения тоталитарных мифологических героев.

Подобная ситуация сложилась в Украине. Предпринятые попытки «декоммунистической перезагрузки», «десоветизации» после принятия в 2015 году закона «Об осуждении коммунистического и национал-социалистического (нацистского) тоталитарных режимов в Украине и запрете пропаганды их символики» свелись к ликвидации советской символики, переименованию улиц и городов, демонтажу более 1000 памятников Ленину.

3. ДИНАМИКА МИФОТВОРЧЕСТВА В ПОЛИТИКО - ИДЕОЛОГИЧЕСКОМ КОНТЕКСТЕ

3.1. Новая советская мифология в послевоенной прессе (1950-1980-е годы)

В ходе исследования способов, форм представления печатью мифов (50–80-е годы) было бы неверным исключать из исследования и преуменьшать национально-историческое своеобразие этого периода, определявшего специфичность ее развития. Миф, сопровождающий сакрализацию периода «застоя», не оправившись после «культа», внутренне перестраивался, приспособлялся к изменившейся ситуации. Архетип сакрального пространства продолжал обозначаться координатами: Москва, Красная площадь – Мавзолей – Красные уголки – Ленинские комнаты и др. Священной оставалась деятельность Коммунистической партии, ее «руководящая и направляющая роль» в деле построения «светлого будущего». Узаконенной канонической характеристикой стали слова Ленина: «Партия – ум, честь и совесть нашей эпохи». В советском обществе фигура вождя служила единственным человеческим воплощением божественного всевластия государства. В средствах массовой информации, в литературе и искусстве вождь по-прежнему выступал как ключевая фигура мировой истории. Монументальные фигуры Ленина, Сталина должны были символизировать надчеловеческий характер образа вождей. Миф «близнецы», представляемые парами Маркс-Энгельс, Ленин-Сталин, дополняются архетипами Хрущев-Брежнев. Близнецы являются частыми действующими лицами дуалистических мифов, в которых один из братьев – демиургов создаёт всё доброе и полезное, а второй – всё злое и вредное. Рождение в семье близнецов рассматривалось как знак божественного вмешательства. Долгое время у таких младенцев пытались обнаружить проявление сверхъестественных способностей. Их часто считали целителями, заступниками, мудрецами и учеными. Индейцы Пуэбло почитали героев-

близнецов – воплощение богов утра и ночи. Они представлялись им посланниками неба, созидателями общественного обновления, освободителями человечества от зла и упадка. В мифах «близнецы» многие люди хотели видеть выражение двойственности, дуализма, когда один является полной противоположностью другого. В итоге знак «близнецов» стал выражать неконтролируемую противоположность в лице одного и того же человека. Возможно, это дань памяти об Авеле и Каине, Аполлоне и Диане или о любой другой легендарной паре с антагонистическими чертами. Олицетворяя собой идеи, идеалы, ценности революционной эпохи, миф «близнецы» новом общественном строе переживал процесс возрождения или уничтожения²⁸².

Общие предпосылки установок политических переоценок, осознание неэффективности монополии сталинской системы и попытки ее модернизации в новых условиях сводились к следующему. Сталинская элита раскололась на две группы – консерваторов и реформаторов. Консерваторы исходили из возможности постепенных перемен, осуществляемых сверху, реформаторы – из быстрых перемен, которые должны были затронуть и частично изменить всю систему. Были обозначены направления работы политической системы: повышение экономической эффективности централизованной плановой экономики, усиление контроля главы государства над местными органами власти, преодоление социальной апатии и инертности общества, в котором важнейшим институтом социального

²⁸² Мифы о близнецах можно разделить на мифы о: божественных близнецах-братьях (союзниках), мифы о близнецах соперниках, о близнецах - брате и сестре, о любви и браке близнецов, об усыновленных близнецах, о близнецах-андрогинах, зооморфные близнечные мифы, обряды и предания про близнецов, жестокие мифы, символы близнецов. В некоторых мифах братья-близнецы не противоположны друг другу, а воплощают лишь два начала, каждое из которых соотнесено с одной из половин племени//. Мифы и сказания древности [Электронный ресурс]/ <http://happytwins.by/mify-i-legendy-o-bliznetsah-v-drevnosti/index.php>

регулирования служили насилие, изменение роли партии в политической системе, усиление роли и значения прессы, ретранслятора мифического.

Если принять во внимание массовость прессы, роль и значение мифотворчества в формировании сознания граждан, специфику общества, в котором все социальные и экономические институты были полностью государственными или подчинёнными ему, то всё происходившее в обществе выглядело неоднозначно. Ситуацию, происходившую в области методов и приемов управления массовым сознанием, можно охарактеризовать как регресс, так как научные исследования, положенные в основу пропагандистских методик, оставались на уровне марксизма конца XIX века.

За эти представления власть держалась, так как ничего другого на тот момент не было. Поставленный под сомнение советский вариант марксизма означал подрыв многолетних идеологических практик, фундаментальной базы государственной религии. Ситуация усложнялась преобладанием в обществе популистского стиля руководства Н. С. Хрущева, бюрократического аппарата, тормозящего любое развитие. Закономерной стала некоторая переоценка исключительности советских реалий при сохранении политической монополии КПСС. На базе теории марксизма был рожден симбиоз, фантасмагорическое сочетание идей из различных философских и политических теорий. Это усложняло требования к средствам массовой пропаганды: быть доступными широкой аудитории, духовно близкими ей. Журналистика, отмечает И. Д. Фомичева, «вольно или невольно расширялась в сторону участия всех групп населения в производстве массовой информации. Однако сам процесс был изначально политизированным, строился на основании заданных алгоритмов»²⁸³. На страницах печати публиковались мнения профессиональных журналистов, «людей из народа», нештатных корреспондентов. Со второй половины 50-х

²⁸³Фомичева И.Д. Печать, телевидение и радио в жизни советского человека. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987. С. 60.

годов стали возникать нештатные отделы редакций. Первые такие отделы появились в ростовской газете «Молот» в 1956 г., в 1958 г. в газете «Коммунист» (Минеральные Воды). Учитывая это, ЦК КПСС рекомендовал журналам «Советская печать» и «Рабоче-крестьянский корреспондент» полнее освещать их деятельность, на местах организовывать для нештатных корреспондентов специальные семинары с привлечением в них рабочих и сельских корреспондентов. Активизацию участия широких масс в журналистской деятельности можно объяснить следующими причинами: жестким курсом ЦК партии, направленным на укрепление рабкорского движения, формированием низовой многотиражной печати. На I Всесоюзном съезде советских журналистов Н. С. Хрущев назвал журналистов-общественников верными помощниками, подручными партии. Рассматривая с этих позиций свое привилегированное положение в обществе, центральная и местная пресса реализовывала указы свыше. Это способствовало тому, что советская печать еще более укрепились в положении общественного института, существующего в координатах «партийное руководство».

Глава государства Н. С. Хрущев, взойдя на вершину властной пирамиды, в борьбе с другими сталинскими наследниками повторил ряд этапов пути, который прошли его предшественники. Он искал и нашел поддержку в лице региональной и национально-советской номенклатуры, использовал механизмы внутрипартийных дискуссий. По сталинским принципам было сфабриковано дело «антипартийной группы», в политической борьбе Н. С. Хрущев перешел грани допустимого в перекраивании составных частей политической системы, разоблачив на XX съезде «культ личности» И. В. Сталина, таким образом нарушив баланс влияния.

Основными тезисами доклада Н. С. Хрущева в феврале 1956 г. на XX съезде КПСС «О культе личности и его последствиях» стали сведения о массовых репрессиях, переосмысление деятельности И.В.Сталина как

руководителя страны и негативных чертах характера «вождя народов». Глава государства разрушил многолетний миф вождя, скрывавший настоящие мотивы действий руководителя страны, уничтожил его в глазах общественности. Своеобразным «осиновым колом», вбитым в гроб злодея, стал вынос его тела из мавзолея на Красной площади. Спустя два месяца после кончины Сталина прекратилось издание его произведений, через год были отменены премии за укрепление мира и дружбы между народами, а также в области литературы, науки и искусства, которые впоследствии стали государственными. Исследователи Ю. В. Аксютин и В. В. Журавлев подчеркивают, что речь шла не о репрессиях вообще, а о тех, которые были направлены против «профессиональных революционеров», ставших аппаратчиками, «в результате Сталин, а в его лице – вождь системы как таковой был лишен ореола политической непогрешимости, а аппарат как бы получил гарантию от рецидивов подобных «казней египетских» в будущем. Между тем покорность «вассалов» «вождю» во многом держалась именно на страхе перед его карающей десницей. Теперь этого страха не стало»²⁸⁴.

Разрушение мифа вождизма, мифа «И.В. Сталин» положило начало изменению отношения к руководителю страны, к его личности, ко всему периоду его правления. Полвека спустя, в 2016 году, предприниматель Юрий Москалев установил памятник Иосифу Сталину во Владивостоке, появились они в Архангельске, в селе Куйбышево Ростовской области. Генетическая память, взывания к духу Сталина соответствуют настроениям некоторой части общества, получающего удовлетворение чувствовать себя «винтиками» системы». Пока ментальность не поменяется, пока граждане Российской Федерации не смогут реально осмыслить, что стоит за мифом «И. В.Сталин», в стране не появится настоящая стратегия развития и

²⁸⁴ Аксютин Ю.В., Журавлев В. В. От Сталина к Брежневу: авторитарно-бюрократическая система: генезис, эволюция, механизмы функционирования // Куда идет Россия? Формальные институты и реальные практики: международного симпозиума. 18-19 января 2002 г. М., 2002. С. 330.

улучшения конкурентоспособности. «Эдипов комплекс» в какой-то мере повлиял на представителей власти, на их способности к адекватной деятельности. Сложившаяся ситуация привела к регрессу и коррупции практически во всех сферах деятельности, к длительному «застою» в обществе.

Активное мифотворчество становится неизбежными для прессы исследуемого периода. Ведущее место по значимости стал занимать миф «светлое будущее», основа которого тезис: «нынешнее поколение советских людей будет жить при коммунизме». Подобный оракульно-оптимистический настрой должен был служить эмоциональным противовесом разоблаченному мифу вождизма. Заявленный курс требовал развития, в соответствии с ним была провозглашена третья Программа строительства коммунизма. Новая Программа партии должна была обеспечить переход Советского Союза от социализма к коммунизму в 1980 году. На какое-то время она сыграла позитивную роль, общество в нее поверило. Подобный феномен можно объяснить тем, что общественное сознание, освободившееся от тоталитарных страхов, на время притупило способность критического восприятия происходящего. Наиболее популярной была идея коммунистического распределения, выраженная в лозунге «от каждого по способностям, каждому по потребностям». Миф «светлое будущее» активно внедрялся в сознание граждан. В газетах всех уровней, центральных, республиканских, краевых, областных, городских, районных, в передовых статьях, публикуемых на первых полосах, шло систематическое разъяснение глав, параграфов и пунктов Программы КПСС. Мощное идеологическое давление со стороны общества и прессы, вынуждало людей искать возможность его снижения, так как сказочные планы партии не соответствовали действительности. Прямое сопротивление режиму было чревато последствиями, «скептическое» отношение к мифу «светлое будущее»

проявлялось в фольклоре, анекдотах и частушках. Фольклор высмеивал основные моменты мифа, переводя его в иную плоскость восприятия.

Воспроизводимое мифотворчество способствовало сокрытию, ретушированию способов идеологического воздействия, активно использовалось властью. Так, миф вождя Н. С. Хрущева создавался в двух ипостасях и выполнял определенную социальную функцию, для повышения политического статуса Н. С. Хрущева и для оправдания его сомнительного статуса. Освобождение политзаключенных, переселение рабочих из бараков и коммуналок в отдельные квартиры; пенсионная реформа и паспортизация крестьян – эти действия власти были полностью приписаны Н. С. Хрущеву и широко освещались в средствах массовой информации.

Миф. 1. Жертвами политических репрессий принято считать людей, осужденных по статье 58 УК РСФСР, принятой в 1926 году. Большинство пунктов этой статьи не связано с политикой. Политической является статья 58-10: пропаганда или агитация, содержащая призыв к свержению, подрыву или ослаблению Советской власти. В 1953 году в лагерях ГУЛАГа находилось более 500 тысяч заключенных, осужденных по статье 58. В марте 1953 года Президиум Верховного Совета СССР принял Указ «Об амнистии», 90 процентов из 530 тысяч политзаключенных было освобождено еще до XX съезда. После доклада Н. С. Хрущева в 1956 году на XX съезде необходимо было провести показательное освобождение и реабилитацию политзаключенных. После съезда были созданы специальные выездные комиссии Верховного Совета СССР, которые работали прямо в лагерях, с правом принимать решения об освобождении или снижении срока наказания. Число реабилитированных после съезда составляет 0,25 процентов. То есть роль Н. С. Хрущева в освобождении политзаключенных минимальна.

Миф 2. О переселении рабочих из бараков и коммуналок в отдельные квартиры. Н.С. Хрущев предложил максимально удешевить жилищное

строительство, перейдя к типовым проектам пятиэтажных домов с небольшими квартирами, которые получили название «хрущевки». В результате началось массовое строительство. Первый его шаг по вмешательству в жилищное строительство был сделан в конце 1955 года. В Постановлении ЦК КПСС и СМ СССР от 4 ноября 1955 года предписывалось разработать к 1 ноября 1956 года типовые проекты жилых домов «без каких либо «архитектурных излишеств». С 1957 года вести строительство только по этим проектам. В 1961 году в Москве было построено 12.7 млн кв.м. жилья исключительно в виде «хрущевок», двадцать пять процентов всего нового жилья в РСФСР. В 1955 году по указанию Н.С. Хрущева замораживается большое число промышленных строек, в том числе и новых предприятий, обеспечивающих производство строительных материалов.

Миф 3. Пенсионная реформа. В 1956 году был принят новый закон о пенсиях, позволивший пенсионерам чувствовать себя вполне обеспеченными людьми для того времени. Однако, судя по воспоминаниям современников, осуществление этого закона вызвало раздражение Н. С. Хрущева. В конечном счете, был принят компромиссный вариант.

Миф 4. Паспортизация крестьян. В октябре 1953 года министр МВД С. Н. Круглов представил этот проект, но он не попал на рассмотрение правительства. В положении о паспортах, принятом Совмином СССР 21 октября 1953 года, было указано, что по требованию любого крестьянина ему должен быть выдан паспорт. И лишь с 1976 года паспорта стали выдаваться всем гражданам СССР повсеместно и без особых требований²⁸⁵.

Активно мифологизировался, осовременивался имидж Н. С. Хрущева, основой которого должен был рационалистический западный тип. Глава государства выступал как шутовская фигура, высмеивался в анекдотах, играл

²⁸⁵ Разоблачение мифов о Хрущеве: никакой пользы, кроме вреда – [Электронный ресурс]./ <http://www.nakanune.ru/articles/17756/#sthash.yD2eGFZf.dpuf>

роль мифологического трикстера, демонически-комического дублера демиурга²⁸⁶. Частые заграничные поездки руководителя народ воспринимал как потерю уровня и утрату мистического начала. Были непонятными и опасными его заигрывания с мифическим «Тем Светом» (капиталистическим). Претензии к Хрущеву выражались в осуждении не только его действий как главы государства, но и манер его поведения²⁸⁷. Повсеместное культивирование кукурузы стали основой мифологемы «кукурузник»: по возвращению из США Хрущев приказал засеять кукурузой всю страну, в ущерб традиционным посевам пшеницы и ржи. В 1956 году на Всесоюзном семинаре по кукурузе она была официально провозглашена вторым хлебом в стране Советов, а Хрущев произнес знаменитую фразу: «Кукуруза, товарищи, это танк в руках бойцов». В июле 1959 года в Москве открылась американская национальная выставка «Промышленная продукция США», целью которой было улучшить отношения между двумя странами в разгар «холодной войны» Вице-президент США Р.Никсон предложил Хрущеву попробовать пепси-колу. Руководитель великой державы стал невольным рекламным лицом компании. На следующий день в газетах всего мира была опубликована фотография, на которой советский лидер пьет пепси, и размещен его комментарий: пепси-кола ему не понравилась

Политическое влияние прессы на массовое сознание граждан исследуемого периода было малоэффективным. Показательна в этом плане непопулярность возрожденного мифа «герой труда», который реализовывался в движении «За коммунистический труд», «Ударник

²⁸⁶ Трикстер наделен чертами плута, озорника, духа, человека или антропоморфного животного, совершающего противоправные действия, не подчиняющегося общим правилам поведения. Трикстер действует не по «злому умыслу» противления, для него важна не сама игра, а ее процесс. Если Герой создает вещи нужные, то трикстер – вредные или бесполезные (посадка кукурузы в средней полосе). Верховным вождем трикстер быть не может никогда.

²⁸⁷ Напр., самый распространенный миф о Н. С. Хрущеве появился в октябре 1960 года, после заседания 15-й Ассамблеи ООН, когда глава великой державы пообещал показать Западу «кузькину мать».

коммунистического труда». Эта пропагандистская установка была проверена системой и достаточно активно использовалась с 1918 года. Ее основа – первые коммунистические субботники, теоретической разработкой которых стала ленинская работа «Великий почин», однодневная газета «Коммунистический субботник», выпущенная по инициативе Московского комитета РКП(б) 11 апреля 1920 г., и др. Официальная оценка явления, представленная на страницах прессы, была достаточно высокой. Но итоги опроса, проведенного в 1961 году, показали, что коммунистическое движение – это миф, явление формальное и несостоятельное. Масса людей не только не участвует в этом движении, но и не хочет его обсуждать. Для них оно просто не существует, как не существует и само строительство коммунизма как таковое²⁸⁸. К тому же выяснилось, что у людей смутные представления о коммунизме и о коммунистическом труде, каждый по-своему понимал, что значит «жить и работать по-коммунистически», путали саму «основополагающую» формулу. Широко внедряемая прессой в сознание трудящихся категория оптимизма, выступающая в виде мифологизированных побед на трудовом фронте, не находила отклика.

Потерпел поражение пропагандистский миф о «гегемонизации роли рабочего класса, идущего рука об руку с крестьянством». Тексты о трудолюбивом рабочем человеке и крестьянине не сходили с газетных полос²⁸⁹. Предполагалось, что рабочий класс, в силу своего места в системе

²⁸⁸ Статистика утверждала, что двадцать миллионов человек борются за звание бригад коммунистического труда или ударника (это статистика официальная; поскольку движение возглавлялось профсоюзами и комсомолом, то в ВЦСПС и ЦК комсомола получали официальные данные по поводу ударников). Три миллиона человек к 1961 году уже имели это звание, восемьдесят тысяч коллективов его добивались, в каждом коллективе не меньше чем по тысяча-две человек. Получалось, как минимум семьдесят пять миллионов человек участвовали на том или ином уровне в коммунистическом движении, и все это еще обсуждалось в семьях, на собраниях. «Когда же откликнулись все желающие, то набралось 1290 человек. Такой неудачи с точки зрения массовости участия в опросе общественного мнения мы вообще никогда не видели (перед этим прошли опросы на темы «Исповедь поколения» – 17 446 человек, «Семья» – 10 500 человек. Грушин Б. А. Указ. Соч. С. 56.

²⁸⁹ Борзенко С., Яхневич В. Люди великой стройки // Правда. 1951. 14 мая; Журавский В. Великая стройка на Волге // Правда. 1956. 20 ноября.; Шаметко В. Жатва на Алтае //

общественных отношений, более объективен и свободен от влияния устаревших традиций, субъективных мнений, обывательских настроений, чем другие слои населения. Но условия его производственной деятельности не способствовали выработке навыков коллективизма и солидарности, организованности и дисциплины.

Противоречия между трудовым энтузиазмом масс и все нараставшей волной беззакония требовали перемен, иных подходов к оценке фактов совсем близкого прошлого. Создавалась крайне противоречивая и сложная ситуация во всех областях политической, экономической, культурной жизни советского государства. К фактам, влияющим на усиление застойных качеств СМИ, необходимо отнести прессинг со стороны Главного управления по делам литературы и издательств (Главлит), органа государственного управления СССР, осуществлявшего цензуру печатных произведений и защиту государственных секретов в средствах массовой пропаганды в период с 1922 по 1991 годы. Цель его действий была малопонятна, но приносила явный вред, не вписывалась в ситуацию хрущевской «оттепели».

Некоторые изменения в деятельности советской прессы были связаны с приходом в «Известия» А. И. Аджубея, в короткий срок изменившего содержание и облик газеты. Перемены происходили в деятельности всех советских средств массовой информации, продолжавшиеся до октябрьского (1964 г.) пленума ЦК КПСС, положившего конец «оттепели»²⁹⁰.

Люди искренне верили в то, что в стране происходит процесс становления гражданского общества, хотя в действительности до этого было

Правда. 1947. 5 авг.; Разбаш Л. На льдине все в порядке // Комс. правда. 1955. 10 февр.; Катаев В. Жигули. Февраль // Правда. 1951. 3 марта; Паустовский К. В Задонской степи // Комс. правда. 1951. 5-6 июня; Калинин А. Самое дорогое // Комс. правда. 1952. 12 мая.

²⁹⁰ Под огонь критики попал журнал «Новый мир». После публикации повести А. Солженицына «Один день Ивана Денисовича» и поэмы А. Твардовского «Теркин на том свете» для него настали тяжелые времена. Все громче раздавались в печати и на различных совещаниях обвинения в адрес журнала и его редактора в «мелкотемье», в «очернении» действительности. Ужесточение политического режима в стране, растущее идеологическое давление и нетерпимость к инакомыслию вызвали откровенный протест у некоторой прогрессивно настроенной части научной и творческой интеллигенции, стремление защитить гражданские свободы.

очень далеко. На волне политических издержек, обнищания государства возникает диссидентское движение, основными проявлениями которого стали протесты и обращения в адрес руководителей страны, в судебные и карательные органы, бесцензурная печать («самиздат» и «тамиздат»).

Миф «золотого времени» 1964–1982-х годов родился не на пустом месте. По утверждению официальной прессы, впервые в истории СССР это было время относительно спокойной, стабильной и мирной жизни. Но именно в этот период за пределами страны происходили конфликты с самыми большими человеческими потерями и наибольшими финансовыми и ресурсными расходами – для СССР²⁹¹. Во внутренней политике общества процветал формализм, в том числе и в деятельности прессы. Фактический государственный курс – все для правящей верхушки (госаппарата), а не для народа. Проблемы страны заключались в провалах в государственном строительстве и идеологии, в загнивающей политической системе, ставшей пародией на реальность. В сложных условиях тексты позитивно влияли на формирование нового сознания людей, расходящегося с официальной точкой зрения, официальный рейтинг их публикаций был достаточно высок²⁹².

²⁹¹ Главные конфликты периода правления Л. И. Брежнева: 1960-1970 годы - участие в боевых действиях в Лаосе; 1961-1974 годы - участие во Вьетнамской войне; 1962-1969 годы (с перерывами) - участие в боевых действиях в Йемене; 1967-1973 годы - участие в арабско-израильских войнах и военных действиях; 1967-1979 годы (с перерывами) - участие в боевых действиях в Мозамбике. 1968 год - оккупация Чехословакии. 1969 год - бои с китайскими войсками на острове Даманский и в районе озера Жаланашколь; 1970 год - участие в боевых действиях в Камбодже; 1971 год - участие в боевых действиях в Бангладеш; 1975-1979 годы - война в Анголе; 1977-1979 годы - война между Эфиопией и Сомали и гражданская война в Эфиопии; 1979-1988 годы - вторжение в Афганистан и война на его территории; 1982 год - участие в боевых действиях в Ливане и Сирии. - См. Грабовский С. Миф о «золотом времени» Брежнева. // К 50-летию прихода к власти «дорогого Леонида Ильича. 9 октября, 2014. [Электронный ресурс]. /<http://day.kyiv.ua/ru/article/istoriya-i-ya/mif-o-zolotom-vremeni-brezhnevay>.

²⁹² Экономист Г. Лисичкин писал: «Мы в какой-то степени помогаем людям, если нам удастся сообщать: «Ребята, там рифы есть, осторожнее». Это максимум, что мы можем сделать. Но люди все равно плывут, тонут, бьются об эти рифы, а потом вспоминают: «Вот был голос, между прочим, правильный, нас предупреждали, что есть рифы». Наша задача, я думаю, заключается в том, чтобы уметь выбирать трезвые голоса из шума толпы, которая мчится куда-то, – между прочим, никто не знает, куда она мчится. Но созидательные натуры должны получать при помощи прессы возможность услышать то,

Сложившаяся ситуация повлияла на тематику ведущих центральных изданий периода «застоя». Она была ориентирована в сторону экономических проблем. Журналистский авангард этого периода – социологи, экономисты, журналисты, специализирующиеся в области науки, экологии, экономики. Прессе, целиком и полностью подчиняющейся системе, не давали возможности адаптироваться к новому, передовому, прогрессивному, но некоторые изменения в освещении экономической проблематики все-таки происходили, претерпела изменения жанровая структура печати²⁹³. На ее страницах появилась рубрика «экономические раздумья», аналитические статьи, ни тематикой, ни объективной разработкой проблемы не похожие на тип статьи-поучения. В ряде публикаций проводилась мысль об отказе от централизованного планирования натуральных показателей государственных заготовок и замене их стоимостными показателями, предлагалось устанавливать задания по прибыли, отчисляемой в государственный бюджет, и т.д. Эти идеи реализовывались на страницах «Комсомольской правды», «Правды», «Известий». В редакциях газет «Известия» и «Комсомольская правда» проводились «круглые столы», на которых резкой критике подвергался порядок планирования сельскохозяйственного производства, установленный мартовским (1966 г.) Пленумом ЦК КПСС²⁹⁴. Другие издания – газета «Сельская жизнь», «Экономическая газета», журнал «Партийная жизнь» – указывали на ошибочность позиций популярных экономистов

что кажется трезвыми голосами. И, в общем, это получается, в конце концов. Пресса в обществе. М.: Изд-во Школы полит. исследований, 2000. С. 80.

²⁹³ Например: Цемент – новостройкам // Правда. 1967. 15 марта; Саратовские – высокоточные. // Правда. 1967. 9 июня; Резервуары под землей // Правда. 1967. 16 марта. Сообщение об окончании строительства опытного промышленного газохранилища было дополнено интервью с заслуженным строителем республики.

²⁹⁴ Кассиров Л., Карлюк И., Морозов М. Мартовские всходы // Комс. правда. 1967. 31 янв.; Проблемы сельской экономики // Правда. 1966. 24 апр.; Седых Ю. Хозрасчет в колхозах // Правда. 1966. 18 февр.; Бронштейн М. Земля и экономические рычаги // Правда. 1966. 26 июля; Леонтьев Л. О товарном производстве при социализме // Правда. 1966. 31 авг.; Лисичкин Г. Два подхода к хозрасчету // Правда. 1966. 19 декабря и др.

В. Венжера, Л. Кассирова, М. Лемешева, Г. Лисичкина и др.²⁹⁵. СМИ ставилось в вину и то, что в прессе редко появляются статьи секретарей обкомов, опытных партийных работников, идеологического оплота тоталитаризма. Центральный Комитет подверг серьезной критике публикацию Г. Лисичкина «План на рынок» на страницах югославской газеты «Борба». В «Записке ЦК» (для служебного пользования) экономист подвергался остракизму.

Все новации молодой школы экономистов расценивались как вызов старой экономической системе, неуважение к объективным законам социализма. Инакомыслящим было отказано в сотрудничестве со СМИ²⁹⁶. Центральный Комитет КПСС не замедлил отреагировать и категорически отверг подобное освещение в печати вопросов экономики. В ответном слове главный редактор газеты «Правда» М. В. Зимянин подтвердил правильность выбранного курса: «Правда» руководствуется программными документами партии, прежде всего решениями XXIII съезда КПСС, мартовского, сентябрьского, майского и других пленумов Центрального Комитета»²⁹⁷. В этой переписке просматривалась двойственность политики, в Программе КПСС содержался призыв о необходимости использовать товарно-денежные отношения, а на деле – возражения административно-командной системы вызывали публикации авторов, которые рекомендовали использовать формы и методы товарно-денежных отношений в практической экономике. Под

²⁹⁵ К вопросу о плане и рынке // Сельская жизнь. 1966. 22 сент.; Экономические методы – в основу руководства хозяйством // Сельская жизнь. 1966. 29 нояб.; Организацию производства – на научную основу // Сельская жизнь. 1966. 8 декабря; Плановость – наше преимущество // Сельская жизнь. 1966. 17 дек. и др. ЦК КПСС указывал, что «невмешательство «Правды» и даже известное содействие распространению несостоятельных экономических предложений способствовали тому, что в периодической печати сложилось явно ненормальное положение с освещением ленинской аграрной теории. В некоторых органах печати считают чуть ли не зазорным публиковать статьи, пропагандирующие проверенные жизнью положения марксистско-ленинской политэкономической науки, и, наоборот, модным «ниспровергать» их» См.: Российский государственный архив новейшей истории (РГАНИ). Ф. 5. Оп. 59. Д. 25. Л. 15.

²⁹⁶ РГАНИ. Ф. 5. Оп. 59. Д. 25. Л. 16-27.

²⁹⁷ Ответ главного редактора газеты «Правда» М. В. Зимянина. 24 мая 1967 г. // РГАНИ. Ф. 5. Оп. 59. Д. 25. Л. 28-46.

грифом «секретно» главный редактор газеты «Правда» М. Зимянин вступал в полемику с Центральным Комитетом²⁹⁸. Это был второй случай полемики руководителя печатного издания с партийным руководством. В июне 1939 года редактор газеты «За новый Север» Я. Г. Задов нарушил Устав ВКП(б), согласно которому газета руководится и контролируется партийным комитетом. Если редактор не согласен с обкомом, он в соответствии с Уставом партии имеет возможность поставить вопрос в обкоме партии, а в случае необходимости в ЦК ВКП(б), но не имеет никакого права использовать страницы газеты для разрешения своих споров с обкомом. За публикацию редакционного полемического примечания к постановлению обкома Я. Г. Задов был снят с поста редактора газеты²⁹⁹. В этот период были подготовлены и другие справки, записки ЦК КПСС³⁰⁰. Ведущий советский

²⁹⁸ Авторы записки, предъявляющие ряд необоснованных претензий «Правде», на наш взгляд, допускают неправильное толкование некоторых важнейших положений экономической политики партии в сельском хозяйстве, дают органам печати теоретически необоснованные рекомендации, ориентируют на свертывание творческих поисков в области экономики, утверждая монопольное положение в печати определенных, порой явно устаревших взглядов на экономические процессы. - Там же.

²⁹⁹ Постановление ЦК ВКП(б) от 25 июня 1939 года «О редакторе газеты «За новый Север» т. Задове». Постановление ЦК ВКП(б) об этом инциденте было не только разослано всем обкомам, крайкомам и ЦК компартий союзных республик, но и для сведения журналистов опубликовано в журнале «Большевицкая печать» № 15 за 1939 год.

³⁰⁰ См.: Справка отделов пропаганды, науки и учебных заведений сельхозотдела ЦК КПСС о записке «Об освещении вопросов экономики сельскохозяйственного производства на страницах центральной печати» (24 января 1968 г.); Письмо секретаря Ставропольского крайкома партии в ЦК КПСС по поводу статьи экономиста Лисичкина «Спустя два года» (12 августа 1967 г.); Записка отделов ЦК КПСС секретарю ЦК КПСС П. Н. Демичеву (не ранее 16 августа – не позднее 4 сентября 1967 г.) «О записке секретаря Ставропольского крайкома КПСС тов. Ефремова по поводу статьи «Спустя два года», опубликованной в журнале «Новый мир» №2 за 1967 г.»; Письмо секретаря Ставропольского крайкома партии в ЦК КПСС по поводу статей Т. Лисичкина (22 марта 1968 г.); Записка ЦК КПСС о письме секретаря Ставропольского крайкома партии Л. Ефремова (11 июля 1968 г.); Записка секретаря ЦК КПСС Украины П. Шелеста в ЦК КПСС (25 июня 1968 г.); Записка отделов пропаганды и плановых и финансовых органов по поводу записки П. Шелеста (29 июля 1968 г.) и др. // РГАНИ. Ф. 5. Оп. 59. Д. 25. Л. 47; Д. 32. Л. 237-238, 266; Оп. 60. Д. 25. Л. 47, 113, 158, 159, 160-162. Например, две характерные цитаты этих записок: «В связи с тем, что некоторые органы нашей печати продолжают популяризировать взгляды профессора Либермана Е.Г. по вопросам хозяйственной реформы, предоставляя ему свои страницы, считаем необходимым сообщить следующее». См.: Ответ главного редактора газеты «Правда» М. Зимянина. 24 мая 1967 г. // РГАНИ. Ф. 5. Оп. 60. Д. 23. Л. 158-159. «В записке содержится предложение не предоставлять в настоящее время страницы нашей

публицист Л. В. Карпинский так характеризовали сложившуюся ситуацию: «Система сопротивлялась, она «зависла исключительно на собственных «блоках» и «стропилах», на своем аппарате самовластия, без всякого серьезного фундамента – над размытой почвой. Она никому не сможет доказать своей плодотворности и лишь инстинктивно самосохраняется», «поглотившая» наши поколения издержки скачкообразного хода истории не имеет ничего общего с мистическими предопределениями. В «билетной кассе» истории мы просто переплатили «за скорость» и «за дальность» (азиатскую окольность) социалистического маршрута»³⁰¹. Принципиальное значение такой оценки заключалось в том, что идеологический схематизм, предопределенность не давали советской системе возможность адаптироваться к изменениям мира. К этому добавились репрессии представителей литературы, искусства, журналистики³⁰².

Усиление коммодификационных процессов, в ходе которых все большее число различных видов человеческой деятельности обретает денежную стоимость, фактически становится товаром, покупаемым и продаваемым на рынке, привело к вытеснению духовных или человеческих

печати для выступлений Либермана, больше внимания уделять показу роли партии в подготовке и осуществлении экономической реформы, усилить освещение идеологических аспектов новой системы планирования и экономического стимулирования // РГАНИ. Ф. 5. Оп. 60. Д. 23. Л. 158-159.

³⁰¹ Карпинский Л. В. Слово тоже дело // Пресса в обществе. М.: изд-во Школы политисследований, 2000. С. 567.

³⁰² Например, была уничтожена редакция газеты «Новый мир», неудовлетворительной была названа работа журнала «Журналист», а его редактор Е. В. Яковлев освобожден от обязанностей главного редактора журнала, журналисту А.И. Аджубею было предложено выехать в г. Тамбов. (РГАНИ. Ф. 5. Оп. 6. Д. 25. Л. Л. 218-219). Сохранились документы, в которых журналисты других редакций информировали ЦК КПСС о неправильном поведении журналистов. Партийное собрание редакции газеты «Советская Россия» сообщало в ЦК КПСС «о поведении работников Центрального телевидения, предоставивших экран для выступления с рекламой сомнительных исторических розысков бывшему главному редактору журнала «Журналист» Яковлеву Е. В., освобожденному недавно от работы за грубые политические ошибки. Получается демонстрация несогласия с решением ЦК». Журналист Е. Яковлев доказывал, что передовые статьи «Правды», написанные официальным языком, ни к кому не обращенные, ни на кого воздействовать не могли, а, наоборот, идут во вред журналистике. См.: Яковлев Е. Пресса равна общественному состоянию // Пресса в обществе. М., 2000. С. 264.

ценностей денежными, способствовало введению в активный оборот модели «общество потребления», которая вписывалась в координаты мифа «хорошее/плохое пространство». Популярность модели была связана с работой Жана Бодрийяра «Общество потребления. Его мифы и структуры»³⁰³. Ж. Бодрийяр стремился критически зафиксировать модификацию явления: «Мы переживаем время вещей: я хочу сказать, что мы живем в их ритме и в соответствии с их непрерывной последовательностью. Сегодня мы видим, как они рождаются, совершенствуются и умирают, тогда как во всех предшествующих цивилизациях именно вещи, инструменты или долговечные монументы жили дольше, чем поколения людей»³⁰⁴. Разумные стимулы к приобретению вещей обладают способностью придавать их владельцам социальный вес, мужественность или обаяние, быть залогом признания в обществе, продвижения по службе, удачи в интимной жизни и др. Даже духовные ценности зачастую имеют значение лишь в качестве символов социального престижа и социального статуса. Они превращаются в определенный рычаг социального управления.

В «хорошем пространстве» СССР модель «общества потребления» была вывернута наизнанку, так как дефицитный характер плановой экономики накладывал свои ограничения, потребительская линейка была представлена достаточно скудно. Потребительскую установку власть активно замещала советской массовой культурой уровня кинематографического мифа «Кубанские казаки».

Для разрядки ситуации, общественного напряжения в обществе необходимы были праздники. Праздники являются важнейшим элементом традиции, в этом качестве играют роль стабилизатора общества, сохраняя и передавая социально значимую информацию от поколения к поколению. Участие в них приобщает людей к принятым нормам и ценностям общества.

³⁰³Бодрийяр Ж. Указ. соч. 269с.

³⁰⁴Там же. С. 5.

Поскольку праздник является механизмом социальной интеграции, человек неизбежно оказывается втянутым в механизм власти. В связи с этим особо значимым в мифологическом времени является этап начала, в тоталитарном цикле ими были признаны Октябрьская революция и Отечественная война. При этом парады и демонстрации в календарном цикле повторяли включение населения в это время»³⁰⁵.

Советская пресса была активно задействована в их подготовку и трансляцию: 40-летнего, 50-летнего, 60-летнего юбилеев Октябрьской революции, образования СССР, 20-летия, 30-летия, 40-летия Победы советского народа в Великой Отечественной войне, которые проводились с большой торжественностью и помпой, разворачивались одна за другой пропагандистские кампании. Под рубриками «Навстречу юбилею СССР», «Трудовые подарки Октябрю», «Юбилейная вахта», «Юбилейному году – ударный труд» и т.п. публиковались и передавались в эфир сообщения исключительно об успехах и достижениях.

Миф «праздник» в архаичной мифопоэтической и религиозной традиции – это временной отрезок, обладающий особой связью с областью сакрального, предполагающего максимальную причастность к этой сфере всех участвующих в празднике и отмечаемый как некое институционализированное, даже если оно носит импровизационный характер, действие. «Праздник противопоставлен обычным, непраздничным дням – будням, а при более детальной дифференциации – особенно необычным будням, так называемым «несчастливым» дням. Для мифопоэтической эпохи любой мирской праздник соотнесён с сакральными ценностями данного коллектива, с его историей или, во всяком случае, с неким прецедентом, который может подвергаться сакрализации»³⁰⁶. В праздниках существует наличие двух компонентов: ритуально-партисипативной (социальной) и

³⁰⁵ Почепцов Г. Г. Указ. соч. С. 41.

³⁰⁶ Топоров В. Н. Миф. Ритуал. Символ. Образ. Исследования в области мифопоэтического. М.: Прогресс-культура, 1995. С. 329-331.

ритуально-смеховой (игровой). Преобладание одного или другого компонента определяет «лицо» праздника. Например, религиозные праздники (Новый год, Рождество) являются по преимуществу партисипативными, но они зачастую институционализированы. В идеале праздники имели целью достижение оптимального психофизического состояния общества, требовали от его участников эйфории, связанной с ощущением некоего иллюзорного счастья. Пресса широко освещала мифическую и ритуальную составную празднования. На какое-то время пропаганда достигала этой цели. В юбилейных текстах, преподносимых прессой, рассказывалось о мужестве советских воинов и тружеников тыла, публиковались статьи, воспоминания прославленных военачальников, офицеров, солдат, ветеранов труда. В то же время чрезмерно мифологизировалась роль вождей – Н. С. Хрущева, Л. И. Брежнева в достижении побед на фронтах³⁰⁷.

С конца 70-х годов на страницах советской печати регулярно печатались сообщения об интернациональной миссии ограниченного контингента советских войск в Афганистане. Первоначально объяснение, сообщаемое информационными каналами, было сформулировано в духе идей социалистического интернационализма. В сознание граждан внедрялся миф о том, что Советская Армия в Афганистане всего лишь помогает освободительной борьбе революционного народа. В то же время афганская тема освещалась очень скудно, практически в одном аспекте – интернациональная миссия ограниченного контингента советских войск. Пресса не могла скрывать гибель воинов и боевой техники, приносимые жертвы оправдывались необходимостью исполнения интернационального

³⁰⁷ К знаменательным датам в жизни страны выпускались целевые номера, специальные полосы, посвященные различным историческим вехам жизни страны, всем республикам Союза ССР, проводились фотоконкурсы «Октябрь – год 50-й», «Великому Октябрю – 60» и др. В центральной и местной печати вводились постоянные рубрики: «Умножим богатство Родины», «Трудовые подарки Октябрю», «Больше продукции, меньше затрат!», «Юбилейному году – высокий урожай», «Идем к Октябрю» и др. В очерках, репортажах рассказывалось о трудовых победах представителей рабочего класса, крестьянства.

долга³⁰⁸. Средствам массовой информации сначала разрешалось описывать боевые действия с участием не выше одного взвода, упоминать фамилии только рядовых, а о фактах гибели— только в единичных случаях. О полном масштабе боев и величине потерь советские люди не имели представления. В центральной и региональной прессе был запрет на всякое упоминание об Афганистане. Иносказательную информацию для посвященных можно было получить из ведомственных изданий, различных окружных «окопных правд». Информационная закрытость темы афганской войны автоматически породила широко разветвленное мифотворчество «о реках крови» и эшелонах с цинковыми гробами, стоящих на запасных путях больших городов.

В период «застоя» широкие масштабы приобрел транслируемый прессой миф «героя»: миф Героя Советского Союза дополнялись Героями социалистического труда. Тексты о героях не сходили со страниц газет, звучали по радио³⁰⁹. Мифологизация героев, считает Н. И. Шестов, «создавала в обществе особый психологический климат, позволявший до некоторой степени компенсировать очевидный дисбаланс между масштабностью идеологических целей и ограниченностью у государства и социума ресурсов их достижения. Но этим не ограничивалось ее назначение. Образ героя, вождя и «спасителя» выступает постоянным сосредоточием некоторых важных для общества и его политических институтов норм мышления и поведения. Норм, которым не обязательно следовать буквально. Они создают в обществе определенный психологический настрой на

³⁰⁸ В 1984 г. 2343 советских воина сложили свои головы на афганской земле, всего за годы войны там погибло 13 833 воина. Однако правду об афганской трагедии страна не ведала. Созидательному пафосу советских СМИ, пропаганде достижений общества «развитого социализма», советского образа жизни «не соответствовали» сообщения о трагических событиях, происходивших в Афганистане.

³⁰⁹ Вся страна знала о таджикском пионере Т. Матказилове, собравшем рекордный урожай хлопка, о грузинской пионерке Н. Челебадзе, Герое социалистического труда, вырастившей и собравшей 6 тонн чайного листа, о хлопоководах Б. Багировой, Ш. Гасановой, скульпторе С.Т.Коненкове и др. Героями социалистического труда были практически все члены ЦК партии

восприятие моделей поведения, не согласующихся по принципу «от противного» с общей устремленностью общества к положительной политической цели»³¹⁰. Герои создавали в обществе особый психологический климат, позволявший компенсировать очевидный дисбаланс между масштабностью идеологических целей и ограниченностью у государства и социума ресурсов их достижения. Образ героя стал основой важных для общества, политических институтов норм мышления и поведения. Но миф и идеология различаются между собой, как два различных отношения общества и его институтов к политическим ценностям, «идеология мифологична лишь постольку, поскольку миф выполняет функцию ее непосредственного источника (не теряющего своего значения даже при наличии среди источников идеологии научной доктрины), первичного строительного материала, либо, напротив, функцию продукта распада некогда существовавшей идеологической системы»³¹¹.

Пресса внедряла в массовое общественное сознание другие мифы: об обществе равных возможностей, социализме с человеческим лицом, предавая забвению решение «О культе личности и его последствиях», возрождала культ Л. И. Брежнева.

Брежневский застойный период в потоке эволюции авторитарно-бюрократической системы стал временем консолидации, власть приобретала еще более формальный, ритуальный характер. Курс на стабильность социально-экономического развития проявлялся в заботе о несменяемости кадров партийно-государственной номенклатуры и привел к тому, что система оказалась в преддверии своего распада.

Мифотворчество и мифологизация оставались на уровне смыслового и интерпретационного контекста, представляли собой организованное информационными каналами коллективное знание, которое обеспечивало

³¹⁰ Шестов Н. И. Указ. соч. С. 49.

³¹¹ Там же. С. 101.

совмещение когнитивных, познавательных горизонтов индивида, членов группы, а иногда и социума в целом. Подаваемый прессой миф не сводился к слову или иному демонстрируемому артефакту, он служил для утверждения социальных льгот, для ретроспективной демонстрации моделей поведения. Политическая идея, вызывавшая к жизни политическую мифологию, создавала символическое пространство, в котором реализовались необходимые для общества установки. Процесс трансформации мифа менял характер его функций, он являлся средством освящения социальной власти с целым рядом ограничений, диктатом.

Поиск путей продвижения вперед во многом сдерживали привычные советские схемы и формулы, не отражавшие новых реальностей. Наметился разрыв между словом и делом, не хватало целеустремленности в практических действиях. В сущности, от советской системы сохранилась внешняя оболочка строя с ее символом – геронтократическим политбюро. Политическую ситуацию так характеризует Е. Гайдар: «Грозный режим, запугавший весь мир и сам запуганный до смерти, держался «на инерции, защищался от слепящего света разума, саван мертвых идеологических заклинаний, который накинута на страну, в котором барахталась страна, распространял вокруг себя зловоние. Все видели, что король голый, более того, мертвый. Компонент системы, некогда придавший ей целостность и оригинальность – антикапиталистическая, антисобственническая идеология – деградировал быстрее всего»³¹².

Идеологические метаморфозы периода «застоя» заключались в том, что советская система утрачивала символично-мифическую привлекательность. Революционный дух из идеологии вытравляла сама система, сохраняя лишь внешнюю, ритуальную форму. Параллельно с этим создавалась новая, более изощренная система мифов, советская элита активно насаждала их, отстаивала свои права, широко используя возможности прессы. В советской

³¹² Гайдар Е. Т. Государство и эволюция. М.: Евразия, 1998. С. 128.

прессе утверждаются помпезность, безудержное славословие, явное стремление выдать желаемое за действительное, уход от реальных проблем, выдвигаемых жизнью. Повсеместно насаждались угодничество, взяточничество, коррупция, подтасовка фактов, грубое извращение реального положения дел в экономике, в национальных отношениях. Эти факторы оказывали влияние на противоречивость публикуемых текстов, общество теряло веру в печатное слово. Процессы мифотворчества и мифологизации влияли на общее, необходимое власти состояние общества. Подконтрольным пространством легче управлять, именно оно является оптимальным вариантом для формирования новых мифов. Например, в передовой статье газеты «Правда» утверждалось, что, «преодолев культ личности, КПСС всесторонне раскрыла причины его появления, ущерб, нанесенный им советскому обществу, обеспечила неукоснительное соблюдение ленинских норм партийной жизни, принципов коллективности руководства. Полностью восстановлена социалистическая законность, укреплены демократические основы жизни советского общества»³¹³. В другой юбилейной статье констатировалось, что «состоявшееся в 1975 году в Хельсинки Сопещание по безопасности и сотрудничеству в Европе, с инициативой созыва которого выступил Советский Союз, стало крупной вехой в истории борьбы за мир. Иначе говоря, в этот период возросли наши материальные и другие возможности, усилился потенциал социализма»³¹⁴.

Приход нового генсека не менял общую символическую оценку, но иначе выделял те или эпизоды. В частности, возвеличивание личности самого Л. И. Брежнева преподносилось как необходимость укрепления авторитета Генерального секретаря ЦК КПСС³¹⁵. Пресса активно насаждала

³¹³ К 100-летию со дня рождения И. В. Сталина // Правда. 1979. 21 дек.

³¹⁴ К 80-летию со дня рождения Л. И. Брежнева // Правда. 1986. 19 дек.

³¹⁵ Награждение «Звездами героя», восторженные статьи, и рецензии на книги «Малая земля», «Возрождение», «Целина», вышедшие под именем Л. Брежнева, но написанные не им, – все это делалось с единственной целью: показать величие личности, внедрять в сознание населения миф героя – вождя.

«культ личности» Брежнева: публиковались материалы о его заслугах, о присвоении ему различных званий, наград. Наградная символика нового вождя доходила до абсурда, в арсенале его наград не было только ордена «Материнская слава». По решению Политбюро в рамках мероприятий по «повышению авторитета» генсека была издана трилогия Генерального секретаря ЦК КПСС Л. И. Брежнева. Она состояла из трёх книг «Малая Земля», «Возрождение» и «Целина»³¹⁶. Миф «вождя» на страницах газет выглядел более импозантно, но до богоподобного эпического героя не дотягивал, это был благопристойный патриарх. В выборе этого героя просматривается своя закономерность: миф не может постоянно воспроизводиться в историческом времени, он не знает истории, его время циклично, не несет принципиальных перемен, подобно бесконечно меняющимся временам года. Боги-творцы, демиурги – первопредки действуют в ином измерении. Процессы мифотворчества влияли на общее состояние прессы. Подконтрольным пространством легче управлять, именно оно является оптимальным вариантом для формирования новых архетипов, символов, мифов и существования прежних. Э. Кассирер, утверждал, что «в спокойные, мирные времена, в периоды относительной стабильности и безопасности эта рациональная организация общества устанавливается естественным путем. Кажется, что она способна выдержать все атаки, но в политике никогда не бывает полного спокойствия. Здесь всегда присутствует скорее динамическое, нежели статическое равновесие. В политике мы всегда живем, как на вулкане, и всегда должны быть готовы к неожиданным взрывам и катаклизмам. Во все критические моменты социальной жизни человека рациональные силы, до этого успешно противостоящие

³¹⁶ На основе воспоминаний Л. И. Брежнева книги были написаны группой журналистов: книгу «Возрождение» написал известный очеркист Анатолий Аграновский; «Малую землю» – публицист газеты «Известия» Аркадий Сахнин; а «Целину» – ведущий корреспондент газеты «Правда» Александр Мурзин. По другим данным, всю трилогию написал Анатолий Аграновский. В качестве участников написания мемуарной трилогии упоминаются также генеральный директор ТАСС Леонид Замятин и его первый заместитель Виталий Игнатенко. Инициативу создания трилогии приписываю кандидату в члены Политбюро К. У. Черненко, и Л. М. Замятину.

воспроизводству древних мифологических представлений, уже не могут чувствовать себя столь же уверенно. В такие моменты миф способен возвратиться ничем иным, как персонификацией коллективных желаний. Миф всегда рядом с нами и лишь прячется во мраке, ожидая своего часа»³¹⁷. И он возвращается.

Руководство страны ставило перед средствами массовой информации задачу формирования «направленности читательского интереса», манипулирования им, подчинения власти. Итоги социологического опроса, проведенного исследователем Б. Грушиным, таковы: «Суммарный анализ ответов на девятнадцать вопросов позволил выделить как минимум семь типов молодых людей, из которых только три первых типа можно было посчитать порождением тогдашней идеологической деятельности. Это были так называемые революционеры (продолжатели дела отцов), их было очень много. Второй тип – так называемые романтики, которые при описании своей деятельности не обязательно пользовались словом «коммунизм», тем не менее заведомо отдавали приоритет благу общества перед собственным благом. У них был свой лозунг: «Сделать все, отдать максимум сил для пользы народа, для пользы общества»³¹⁸. Подобная ситуация не может быть нормой в демократическом обществе, так как понятия манипулирование сознанием масс и демократия – вещи несовместимые. Демократия связана со свободой выбора человека, а манипулирование эту свободу подавляет. Скрытое воздействие, манипулирование является нарушением этих норм. Это, в свою очередь, влечет уничтожение вербального общения в области политической пропаганды и литературы. Исследователь Г. Г. Почепцов считает, что «во время социализма (при успехах индустриализации и т.д.) слово умерло. Базисно отсутствовал индивидуализирующий фактор, в результате не было особенностей языка и стиля, все как бы было написано

³¹⁷ Кассирер Э. Техника современных политических мифов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 7, Философия. 1990. № 2. С. 54.

³¹⁸ Грушин Б. А. Массовое сознание: опыт определения и проблемы исследования. М.: Политиздат, 1987. С. 57.

единым пером»³¹⁹. Искусственно создаваемые миллионные тиражи прессы впечатляли, но она являлась единым потоком дискурса, плотно заселенного архетипами и мифами. В старину русские солдаты носили на груди в ладанках бумажки с текстом из Библии, охранявшим от пуль. Отголоски этой вербальной магии, видоизмененной, модернизированной, тиражируемой, использовались официальной пропагандой и прессой, выражались в популяризации, широком внедрении в сознание масс мифотекстов, охранявших от реальной действительности.

Процесс приспособления мифов шел посредством их демифологизации, с политического Олимпа были сброшены Ленин и Сталин, другие революционные вожди. Парадокс ситуации заключался в том, что эти фигуры были стержневым элементом политического процесса советского общества. При жизни Сталина его команда из «верных большевиков-ленинцев» превратилась в «жалких трусов», «троцкистов», «бухаринцев», «шпионов мирового империализма» и т.д. После смерти Сталина они снова стали большевиками-ленинцами, которые не соглашались с линией Сталина. Идеализированным героям приписывались те качества, которые отмечались как положительные в установленном ими культе, обряде инициаций. В этом и заключалась реальность мифологических переживаний и их социальных последствий. Вожди ритуально «умирали» в прошлой жизни и воскресали в своем мифическом образе героя-сверхчеловека новой формации. Возвеличивание вновь мифологизированных героев шло спешно, аврально, идеологи системы пытались спасти советский политический миф и приспособить его к новым реалиям. Н. И. Шестов так трактует ситуацию «заклинивания» отечественной политической истории на «культе личности» в период между Гражданской и Второй мировой войной: советский опыт политического мифотворчества межвоенной и особенно последующей эпохи (60–80-е годы) «демонстрирует известную автономность различных

³¹⁹ Почепцов Г. Г. Указ. соч. С. 120.

мифологических образов вождизма от сиюминутно возникающих общественных страхов и желаний и, соответственно, рациональное и более функциональное основание их генезиса»³²⁰. Реабилитированным жертвам советского режима прощалось все, даже то, что все они были участниками, создателями тоталитарного государства, героями братоубийственной гражданской войны. Преподносимые прессой мифы героев изменяли в массовом сознании представления о Бухарине, Дзержинском, Сталине, Ленине, Троцком, Тухачевском, Уборевиче и др. Технологический процесс позитивных и негативных трансляций сводился, по мнению А. М. Цуладзе, к следующему: сначала для этого были созданы «зеркальные» мифы. «В рамках атакуемого мифа были перераспределены роли «злодеев» и «жертв». «Смена ролей в мифе переворачивает его с ног на голову. Получается зеркальное отражение мифа – структура прежняя, а действующие лица меняются местами. Расстрелянные при Сталине «злодеи» и «враги народа» превратились в героев». На втором этапе борьбы с советской мифологией был разрушен «зеркальный миф». В частности, выяснилось, что, к примеру, Тухачевский не был гениальным полководцем. Ему припомнили бесславный поход на Варшаву. Киров тоже оказался далеко не гениальным человеком, а известным бабником, во всем поддерживал Сталина, да и с «врагами народа» не «цацкался». Троцкий оказался еще более кровожадным человеком, чем Сталин. В пожаре мировой революции он готов был сжечь хоть всю Россию»³²¹.

Позитивное явление прессы периода «застоя» – тенденция к усилению взаимодействия всех звеньев средств массовой информации, проявившаяся в период проведения общегосударственных и партийных политических кампаний. Были раскрыты возможности совместных усилий СМИ в их эффективном идеологическом и организационном воздействии на аудиторию. Специфика влияния печатного текста, оперативность радио,

³²⁰ Шестов Н. И. Указ. соч. С. 48.

³²¹ Там же. С. 194.

аудиовизуальная сила телевидения могли иметь большую будущность при комплексной их деятельности³²². Подобная координация была вызвана увеличением количества информационных каналов. На практике проблема координации средств массовой информации перерастала в проблему органического взаимодействия, проявлением которого являются совместные исследования тех или иных сторон общественной жизни. Взаимодействие и взаимопроникновение порождали жанровое разнообразие, специфичное для того или иного информационного канала. Однако начавшиеся координированные пропагандистские выступления печати, телевидения и радио не получили должного развития³²³.

Пресса не замечала деформаций и противоречий, которые все больше проявлялись между достигнутой степенью «развитого социализма», провозглашаемой теорией, и реальной практикой и вели страну к кризису, прикрывая словесной завесой все больше проявляющиеся в обществе противоречия и деформации. «Закрытые темы», командные методы, запреты, давление сверху окончательно лишали ее возможности оценивать действительность. Откат, глухой застой в обществе и прессе – 1972–1985 гг. Лучшие журналисты покидают редакции газет «Правда», «Известия», большинство газет и журналов деградирует. Быстро развивается пресса андерграунда. Экономический контроль над СМИ заключается в их прямой или косвенной финансовой поддержке какой-либо группой, корпорацией или самим государством³²⁴. В начале 1980-х объемы «теневого экономика» в

³²² Например, весьма плодотворными были попытки объединения усилий в совместном проведении важнейших политических акций: выборов в высшие органы власти, обсуждения новой программы КПСС, принятия Конституции СССР 1977 г. и др. Появились формы совместных действий: составление единых планов проведения кампаний; совместные выступления журналистов газеты, телевидения и радио; выступление перед камерой или у микрофона публициста газеты или теле-радиожурналиста в газете; анонсирование в печати совместных публикаций и передач по телевидению и радио и др.

³²³ Васильева Л. А., Осинский В. Г. О взаимодействии областного телевидения, районной печати и радио // Проблемы журналистики. Л.: изд-во Ленинград. ун-та, 1975. С. 35-43.

³²⁴ Цуладзе А. М. Указ. соч. С. 236-237.

СССР превысили 100 млрд рублей. Во власть пришли бывшие партийные, комсомольские секретари.

Мифы, транслируемые прессой, обладали противоречивыми свойствами: по своей структурно-функциональной предназначенности в обществе они были многофункциональны, в них присутствовала онтологическая доктрина, объясняющая, как устроен мир, гносеологическая, поясняющая, как принципиально необходимо познавать мир. В предшествующие годы в трансляции мифов советская действительность опиралась на миф «Октябрь 1917 года» (прошлая точка) и лозунг «Вперед, к победе коммунизма!» (будущая точка). В период «застоя» и по настоящее время таких опор для мифов не существует. Сакральная формула «Сталин – Ленин» была разрушена, мифосоставляющая советской идеологии, ее несущие опоры рухнули. Столь необходимые для общества оракульные начала были возложены целиком на плечи политиков (Н. С. Хрущева, а позднее Л. И. Брежнева), не справившихся с этой ролью. Сложившаяся ситуация способствовала тому, что в активный оборот вводится миф о сотворении мира. Только, по мнению С. Г. Кара-Мурзы, с некоторым «приземлением» идеалов. При Н. С. Хрущеве формула «Мы наш, мы новый мир построим, кто был никем, тот станет всем» меняется на прагматическую потребительскую категорию «Догнать и перегнать Америку», «Нынешнее поколение будет жить при коммунизме».

В систему печатных изданий вошли новые издания: «Советская Россия», «Литературная Россия», «Сельская жизнь», еженедельник «Неделя», теоретико-публицистический журнал «Советская печать» («Журналист»). Социальным явлением этого периода стали выступления А. Аграновского, Е. Дороша, В. Овечкина, Г. Радова, И. Васильева, Ю. Черниченко и др.³²⁵.

³²⁵ Например, А. Аграновский (А лес растет, М., Советский писатель, 1973), И. Васильева («Земля русская», Наш современник. 1981. № 12); Е. Дорош («Иван Федосеевич уходит на пенсию», М., 1971), В. Овечкин («Районные будни», М., 1972), Г. Радов («На быстрине и бережком», М., 1982), Ю. Черниченко Ю. («Про картошку», М., 1982) и др.

Публикации этих журналистов стали откровением, впервые за долгие годы журналисты смело, аргументировано, конкретно, убежденно писали о серьезных социальных проблемах, проблемах сельского хозяйства. Но будучи продуктом советской системы, несколько идеализировали, романтизировали сельскую ситуацию, особенно в части перспектив на будущее. Многонациональная советская публицистика старалась оставаться гражданской, яркой и многообразной. СМИ создавали иллюзию нейтральности, пропагандировали неизменность человеческой природы, отрицали внутренние социальные конфликты. При этом двойная мораль, существующая в обществе, преобладала, продолжала оставаться нормой жизни.

ВЫВОДЫ. Миллениаристский миф периода «застоя», сопровождающий любую сакрализацию, не оправившись после «культы», внутренне перестраивался, приспособлялся к изменившейся ситуации. Идеологические метаморфозы периода «застоя» заключались в том, что советская система утрачивала символично-мифическую привлекательность. Революционный дух из идеологии вытравливала сама система, сохраняя лишь ее внешнюю, ритуальную форму. Параллельно с этим создавалась новая, более изощренная система мифов. Мифы, транслируемые прессой, обладали противоречивыми свойствами, так как по своей структурно-функциональной предназначенности в обществе они были многофункциональны. Разрушение мифа «И. В. Сталин», обострило отношение общества к Н.С. Хрущеву, к периоду его правления. Его мифообраз создавался в двух ипостасях, выполнял определенную социальную функцию, для повышения политического статуса, для оправдания его сомнительного статуса. Глава государства выступал как шутовская фигура, высмеивался в анекдотах, играл роль мифологического трикстера, демонически-комического дублера демиурга. Приход нового вождя Л. И. Брежнева не менял общую символическую оценку, но иначе

выделял те или эпизоды. Глава государства на страницах газет выглядел импозантно, но до богоподобного эпического героя не дотягивал, это был благопристойный патриарх. Сложившаяся ситуация способствовала тому, что прессой в активный оборот вводится миф о сотворении мира, с некоторым «приземлением» идеалов. Формула «Мы наш, мы новый мир построим, кто был никем, тот станет всем» меняется на прагматическую потребительскую категорию «Догнать и перегнать Америку», «Нынешнее поколение будет жить при коммунизме». Ведущее место по значимости занимал миф «светлое будущее», основа которого тезис: «нынешнее поколение советских людей будет жить при коммунизме». Подобный оракульно-оптимистический настрой должен был служить эмоциональным противовесом разоблаченному мифу вождизма. Политическое влияние прессы на массовое сознание граждан исследуемого периода было малоэффективным. Показательна в этом плане непопулярность возрожденного мифа «герой труда», который реализовывался в движении «За коммунистический труд», «Ударник коммунистического труда».

Для разрядки ситуации, общественного напряжения в обществе, необходимы были праздники. «Праздник» в архаичной мифопоэтической и религиозной традиции – временной отрезок, обладающий особой связью с областью сакрального, предполагающего максимальную причастность к этой сфере всех участвующих в празднике и отмечаемый как некое институционализированное, даже если оно носит импровизационный характер, действие. Советская пресса была активно задействована на подготовку и трансляцию: 40-летнего, 50-летнего, 60-летнего юбилеев Октябрьской революции, образования СССР, 20-летия, 30-летия, 40-летия Победы советского народа в Великой Отечественной войне.

С конца 70-х годов на страницах советской печати регулярно публиковались сообщения об интернациональной миссии ограниченного контингента советских войск в Афганистане. Информационная закрытость

темы афганской войны автоматически порожидала разветвленное мифотворчество «о реках крови» и эшелонах с цинковыми гробами, стоящих на запасных путях больших городов.

В период «застоя» широкие масштабы приобрел транслируемый прессой миф «героя»: миф Героев Советского союза дополнялся Героями социалистического труда. Тексты о героях не сходили со страниц газет, звучали по радио. Мифологизация героев создавала в обществе особый психологический климат, позволявший до некоторой степени компенсировать очевидный дисбаланс между масштабностью идеологических целей и ограниченностью у государства и социума ресурсов их достижения. Образ героя, вождя и «спасителя» выступал постоянным сосредоточием некоторых важных для общества и его политических институтов норм мышления и поведения.

Процесс приспособления мифов шел посредством их демифологизации, с политического Олимпа были сброшены Ленин и Сталин, другие революционные вожди. Парадокс ситуации заключался в том, что эти фигуры были стержневым элементом политического процесса советского общества. При жизни Сталина его команда из «верных большевиков-ленинцев» превратилась в «жалких трусов», «троцкистов», «бухаринцев», «шпионов мирового империализма» и т.д. После смерти Сталина они снова стали большевиками-ленинцами, которые не соглашались с линией Сталина. Идеализированным героям приписывались те качества, которые отмечались как положительные в установленном ими культе, обряде инициаций.

Мифотворчество и мифологизация оставались на уровне смыслового и интерпретационного контекста, представляли собой организованное информационными каналами коллективное знание, которое обеспечивало совмещение когнитивных, познавательных горизонтов индивида, членов группы, а иногда и социума в целом. Политическая идея, вызывавшая к жизни политическую мифологию, создавала символическое пространство, в

котором реализовались необходимые для общества установки. Процесс трансформации мифа менял характер его функций, он являлся средством освящения социальной власти с целым рядом ограничений, диктатом.

3.2. Трансформация компоненты политического мифа в период «перестройки» (1986–1991 гг.)

«Перестройка» открыла эпоху модернизации авторитарно-бюрократической системы, ознаменовалась прямыми и открытыми выступлениями значительной части населения за либерализацию и демократизацию. Она стала открытой фазой дезинтеграции, разрушения целостной системы знания, необходимой и достаточной для выработки позитивных решений в управлении общественными процессами. Публикуются запрещенные произведения А. Солженицына, М. Булгакова, Б. Пастернака и других писателей. Главная задача печати определяется как «влияние на перестройку мышления». В авангарде «перестройки» – газеты «Известия», «Комсомольская правда», журнал «Огонек». Многие «толстые» журналы – «Новый мир», «Знамя» и другие – первоначально выступают как форпосты «перестройки». При этом возникло состояние личностного дискомфорта граждан, вызванного столкновением в их сознании конфликтующих идей, верований, ценностей, традиционных мифов. Это выразилось в происходящих совместно, но несовместимых процессах, декларировалась приверженность к крайнему рационализму, активно практиковалось мифотворчество.

Феномен «перестройки» сложен и противоречив, широк был круг тем, сюжетов, транслируемых СМИ. Это вопросы реальной жизни, актуальные и злободневные проблемы человека, культура, политическое устройство, коренные вопросы мироздания. Мифотворчество выступало не как сумма, не как система «наивных» рассказов древних, а как определенная форма мировоззрения, влекущая за собой определенный тип деятельности, которые

содержали в себе манипулятивные технологии. Американский политолог З. Бжезинский «перестройку» характеризовал следующим образом: «Очень многое зависит от успехов «перестройки». Меня беспокоят проблемы увеличивающегося разрыва в технологическом и социально-экономическом развитии между Западом и Советским Союзом. Это разрыв не просто велик, он увеличивается. Если он будет и дальше расти, то Советский Союз не станет органической, неразрывной частью общеевропейского дома, а будет его периферией. Если основываться на том, что я уже знаю, то моя рекомендация такова: вероятно, наилучший курс – ускорение процесса политических, экономических, национальных реформ»³²⁶.

«Перестройка» также маркировалась приходом к власти новой пары вождей – демиургов, мифической парой «близнецов»: «Ю. В. Андропов – М. С. Горбачев». Близнецы – действующие лица дуалистических мифов, один из братьев-демиургов создаёт всё доброе и полезное, а второй - всё злое и вредное. Известны многочисленные мифы о чудесных существах-близнецах, которые часто выступают в качестве родоначальников племени или культурных героев.

Родоначальник «перестройки» – Генеральный секретарь ЦК КПСС Ю. В. Андропов (1982–1984 гг.), политическая линия которого была обозначена координатами демократизации советского общества, очищения его от бюрократов и коррупционеров, проведения экономических реформ. Теоретические обоснования, направления и методы претворения в жизнь были им обозначены в статье «Учение Карла Маркса и некоторые вопросы социалистического строительства», в докладе «Шестьдесят лет СССР», в речи на июньском (1983 года) пленуме ЦК КПСС³²⁷. Основная мысль

³²⁶ Васильев Г., Лютов А. О перестройке, о мире, о себе: Збигнев Бжезинский беседует с журналистами «Правды» // Правда. 1989. 9 ноября.

³²⁷ Андропов Ю. В. Учение Карла Маркса и некоторые вопросы социалистического строительства в СССР; «Шестьдесят лет СССР» на совместном торжественном заседании Центрального Комитета КПСС, Верховного Совета СССР и Верховного Совета РСФСР 21

сводилась к тому, что «утверждение социализма немыслимо без твёрдой политической власти, классовое содержание которой К. Маркс определил понятием «диктатура пролетариата». После XXII съезда КПСС лозунг «диктатура пролетариата» был снят с повестки дня³²⁸. Марксистско-ленинская ортодоксальность, идеологический догматизм не позволили ему выйти за рамки сформированных представлений о преимуществах социалистического строя.

Проблематика прессы периода Ю. В. Андропова сводилась к популистским интерпретациям: в прессе обсуждалась свадьба сына первого секретаря ленинградского обкома КПСС Г. В. Романова, которую с размахом «гуляли» в Эрмитаже с царским сервизом на столах; лидеру московских коммунистов В. В. Гришину были предъявлены обвинения в поддержке торговой мафии из Елисейского магазина, осуждалось недостойное поведение в загранкомандировках детей члена Политбюро А. П. Кириленко, освещался ход судебных процессов именитых коррупционеров, «хлопковое дело» др. В Москве и других городах проводилась общесоюзная кампания, направленная на укрепление трудовой дисциплины. На улицах, в кинотеатрах и других общественных местах стали задерживать людей, в разгар рабочего дня не находящихся на работе. Прогульщики отлавливали и отправляли перевоспитываться на овощные базы. Также наказывали тех, кто опаздывал на работу, отсутствовал на рабочем месте. Подобные действия властей широко освещались на страницах газет и журналов, при этом использовался популярный жанр 30-х годов – рейд.

декабря 1982 года, в речи на июньском (1983 года) пленуме ЦК КПСС //Коммунист. 1983. № 3.

³²⁸ Журналист В. Трушков в статье «Дата в истории. К 100-летию со дня рождения Ю.В. Андропова» называет эту статью «вершиной политического, идеологического и теоретического творчества Генсека», считает, что она даёт наиболее полное представление о взглядах и позиции пятого руководителя советской Компартии», а «её выход в журнале «Коммунист» в начале марта 1983 года был сенсацией: последний руководитель КПСС, печатавший свои теоретические статьи в периодике, это И. В. Сталин»³²⁸// Трушков В. Дата в истории. К 100-летию со дня рождения Ю. В. Андропова / [электронный ресурс] // <https://kprf.ru/history/date/132080.html>

Мифологическая составляющая времени правления Ю. В. Андропова, представляемая печатью, была обозначена мифологемой «врага», с уточнением – «профилактированного врага». Свободомыслие советской интеллигенции, диссидентов, трансляция оппозиционных идей и взглядов пресекались на корню. Оппозиционеры не изолировались, ставка делалась на так называемую «профилактику угрозы политическому режиму»³²⁹. Глава государства стремился не к наполнению лагерей рабочей силой, сколько к сохранению политического режима³³⁰. Мифологема «профилактированного врага» занимала приоритетные позиции в прессе. Публиковались материалы об антисоветских деяниях «отщепенцев», высылке из страны литераторов, общественных деятелей, художников В. Аксенова, И. Бродского, В. Буковского, А. Галича, Ю. Даниэля, С. Довлатова, А. Синявского, А. Солженицына и др.³³¹. В тексты были активно задействованы приемы мифотворчества, в общественное сознание внедрялись образы душевно больных людей, антисоветчиков, творчески несостоявшихся личностей и др. По мнению Н. И. Шестова, понятие «политический миф» с научного уровня сводили на уровень обыденного сознания, «то есть простое отождествление его с понятиями «сказка» или «басня». Доказательство правильности «своей идеологии» должно было, по научным стандартам того времени,

³²⁹ При вступлении в непосредственный контакт с диссидентами виновного вызывали в КГБ и предупреждали о провинности. В этой ситуации он мог принять решение остаться на свободе или стать диссидентом. «С 1967 по 1970 год подобным образом было «профилактировано» 58 298 человек, а с 1971 по 1974 год – 63 108. Гораздо меньше было лиц, которые за те же периоды времени оказались привлечены к уголовной ответственности по политическим мотивам. По всей видимости, запугивание со стороны КГБ работало эффективно, многие люди, испугавшись репрессий, отступали от опасной черты.

³³⁰ Травин Д. СССР: от мифов к фактам // *Звезда*. 2012. № 4.

³³¹ Начало диссидентскому движению положила демонстрация 5 декабря 1965 г. в Москве на Пушкинской площади. Дальнейшее его развитие приходится на 1968–1976 гг., когда состоялся ряд политических процессов над противниками ввода советских войск в Чехословакию. Преследование диссидентов вызвали новую волну эмиграции (из страны были высланы А. Гинзбург, А. Галич, В. Некрасов, А. Солженицын и др.), и, как следствие, возникновение новых эмигрантских изданий. Часть диссидентов пополнила редакции уже существовавших газет журналов «Русская мысль», «Грани», «Посев», радиостанции «Свобода».

«сопровождаться разоблачением враждебных идеологических доктрин путем отождествления элементов их структуры с «расхожими» политическими мифами»³³².

Начальный этап «перестройки» закончился провалом реформ в экономике, не была завершена Афганская война, советское общество и мировая общественность не приняла мифы о диссидентах. Это влияло на формирование негативного имиджа руководителя государства, прессы, выступавшей активным транслятором вербальной реализации мифических преобразований.

Для критики состояния общества, обоснования необходимости серьезных перемен был использован миф о смертельном кризисе советской экономики, «застое». При этом сам «застой» трактовался как замедление темпов экономического развития. Подобное мифотворчество служило обоснованием спорного тезиса, что вплоть до либеральных реформ 90-х гг. в отечественной истории практически не было ничего позитивного. Миф был взят на вооружение пришедшим к власти другим представителем пары мифа «близнецы» – членом Политбюро ЦК КПСС М. С. Горбачевым. Активно декларируемый «застой» в обществе позволял списать собственные просчеты на ошибки предшественников, был призван доказать населению необходимость радикальных преобразований для преодоления тяжелого наследия прошлого. Концепция первого этапа «перестройки» сводилась к признанию необходимости реформ сверху с целью обновления социалистической системы, к переходу от авторитарно-бюрократического социализма к демократической модели социализма с «человеческим лицом». Второй этап 1987–1988-х гг. обозначил перемены в общественно-политической сфере. Они начались с проведения политики гласности. Была снята цензура и разрешено издание новых газет, журналов. В обстановке

³³² Шестов Н. И. Указ. соч. С. 59.

более реальной свободы в стране были реабилитированы многие лица, невинно осужденные по процессам 1930–1950-х гг., возросла роль публицистики, средств массовой информации. Начался процесс восстановления исторической памяти народа, раскрытия «белых пятен» истории, перестала быть запретной критика В.И. Ленина.

Увеличение сегментов внедрения новой мифосимволики, многомиллионные тиражи газет свидетельствовали о приближении кризиса существующей системы³³³. В сознание граждан активно внедрялся миф правильной «государственности», содержащий целый свод антигосударственных мифов: об «административно-командной системе», о бюрократии СССР. В конце 80-х годов из продажи исчезли необходимые продукты, повсеместно вводились талоны, тема «Продовольственной программы» покинула со страницы всех изданий. Такая же участь постигла другие государственные программы «Жилье – 2000», «Комплексная программа развития производства товаров народного потребления и сферы услуг на 1986–2000 гг.». За пятьдесят месяцев «перестройки» не было сделано ничего. Попытки реконструкции народного хозяйства, перестройки аграрного сектора, с помощью широко разрекламированной политики «ускорение», других новых подходов провалились. Несмотря на многомиллионные вливания в экономику, не удалось выйти на передовые позиции.

Сложившаяся политическая ситуация способствовала усилению тяги людей к архаике и архаическим элементам в обществе, сохранившимся или превращенным. На транслируемые прессой мифологемы «ускорение», «гласность», «перестройка», «социализм с человеческим лицом» народ отвечал едкой сатирой: «Народ и партия едины. Но ходят в разные

³³³ «АиФ» - 33,5 млн экземпляров, «Комсомольская правда» - 19 млн, «Труд» - 15 млн, «Известия» - 12 млн, «Советская Россия» - 8 млн.

магазины»; «Дядя Ленин, открой глазки, нет ни мяса, ни колбаски», анекдотами на тему «перестройки». Перестроечные мифы выступали доминантой всех коммуникационных каналов. В активный оборот вводится мифологема «социализм с человеческим лицом». Под ним сходились конгломераты разных идей, близкие к утопически-гуманистическим вариантам «раннего Маркса», «ленинизма», социал-демократии, либерализма.

В исследуемый период миф возрождается, но не как система мирообъяснения, а как мозаичный метод мышления, который более связан с разрушительной, чем созидательной функцией. Неоднократно повторенный, он становится носителем собственной истины, не поддающейся рациональному объяснению. Исследователь А. Н. Кольев идет дальше, он рассматривает и взаимосвязи мифологического мировосприятия с политическим мышлением и практикой, раскрывает теоретико-методологические основы политической мифологии, показывает место и роль мифа в индивидуальном и массовом сознании, освещает технологии конструирования политических мифов и механизмы их разрушения. Особое внимание исследователь уделяет национальной мифологии как одной из духовно-творческих сил, которые могли бы способствовать преодолению мировоззренческого кризиса в российском обществе, реализации нового позитивного проекта будущего России³³⁴. По его мнению, «ожидание Большого национального проекта стало для России последнего десятилетия XX века почти болезненным. В этом ожидании главным мотивом является определение духовно-нравственного измерения собственного существования, которое тормозится стяжательским характером постсоветской номенклатуры и разбойничьим характером связанного с ней бизнеса. Наметившийся диалог между чиновничеством и Русской Православной Церковью демонстрирует отсутствие у государства собственной концепции бытия России и

³³⁴ Кольев А. Н. Политическая мифология. М.: Логос, 2003. С. 309-310.

одновременно – попытку подмять под себя духовный потенциал православной общественности, активно склоняемый к верноподданническим реверансам в адрес безбожной власти»³³⁵. Николай Травкин, депутат Государственной думы нескольких созывов, в 1994–1996 годах член правительства РФ, «перестройку» называл хорошей легендой в духе народных сказок: «Счастливую жизнь не надо делать — ее надо найти. Более того, даже и самому утруждаться не надо, надо просто идти за ведущим. Мы вступили в свою пустыню 30 лет назад. Три четверти библейского срока протопали. Четвертый «Моисей», начиная с Горбачева, приближает нас к земле обетованной. И почему-то библейское чудо не получается на нашей многострадальной земле. Просто в библейской истории 40-летний переход начали одни люди, а перешли пустыню уже другие. Люди изменились. В этом и был замысел. Мы же – хоть 100 лет нас води – меняться не собираемся. Обещал обетованную – вынь да положь! Какой – «начни с себя»? Чего это я из себя должен выдавить?! Да я за такое лучше тебе моргалы выдавлю! Какие такие местные самоуправления и гражданское общество? Мы и так самые-самые. А в части патриотизма, духовности, морали да нравственности – равных нам нет. Нам меняться – только портиться! Моисей должен все сделать. Он обещал. Или – давай другого Моисея!»³³⁶.

В процессе «перестройки» в текстах, представляемых прессой, отчетливо проявилось противостояние между сторонниками проводимых в России реформ, объединившихся под лозунгом демократического обновления социализма, законодательной, исполнительной и новой судебной власти, между центром и регионами, между консервативными силами КПСС. В печатных выступлениях экономической элиты страны,

³³⁵ Кольев А.Н. Указ. соч. С.5.

³³⁶ Травкин Н. «Коммерсант»: «Перестройка была прыщавая и слюнявая. Как начались и чем закончились реформы Михаила Горбачева – в спецпроекте «Ъ»// Коммерсант. 2015. 23 апреля

разработчиков доктрины реформ Л. И. Абалкина, А. Г. Аганбегяна, Е. Т. Гайдара, С. С. Шаталина, Н. П. Шмелев, А. Б. Чубайса, Г. А. Явлинского и др. проводилась мысль о необходимости изменения хозяйственного законодательства, о максимальном разгосударствлении всех уровней общественного производства, деполитизации хозяйственной жизни, интенсификации экономики. Ускорение научно-технического прогресса связывалось с необходимостью перемен в действиях административно-командной системы во всех сферах народного хозяйства. Газетные дискуссии развернулись вокруг принципиального вопроса: строить ли обновленный социализм на рыночной основе или рынок неизбежно приведет к капитализму как способу производства. В итоге новая власть не смогла ответить на вопрос своих граждан, какой строй она строит, какого результата она добилась. Аргументы реформаторов противоречили фактам, здравому смыслу, так как рынок предполагает присутствие законов, общепризнанных правил социально-экономического поведения в целом, правовое регулирование финансово-экономических отношений, сильное государство, отличающееся многомерностью развития экономики, опирающееся на дифференцированную систему ассоциативных связей свободных производителей. В перестроечный период вся высокотехнологическая индустрия работала на наращивание сил ВВП, хотя его поддержка уже была невыгодна для капитализирующейся номенклатуры³³⁷. Ставку на стихийно складывающиеся рыночные отношения мог сделать только «дикий рынок». Все больше становилось людей, которые находили применение своим

³³⁷ ВВП России, 1990-1999 гг. (период спада). В течение 1990-1999 гг. ВВП России уменьшился на 373.2 млрд долл. или на 65.6% до 195.7 млрд долл.; изменение произошло на -3.3 млрд долл. за счет уменьшения населения России на 0.9 млн чел., а также на -369.9 млрд долл. за счет уменьшения показателя ВВП на душу населения в России на 2511 долларов. Среднегодовой прирост ВВП России составил -41.5 млрд долл., или -7.3%. Доля в мире сократилась на 1.9%. Доля в Европе сократилась на 4.7%. Доля в Восточной Европе уменьшилась на 30.2%. На протяжении 1990-1999 гг. ВВП на душу населения в России уменьшился на 2511 долларов, или на 65.4% до 1329 долларов. Среднегодовой прирост ВВП на душу населения в России составил -279 долларов, или -7.3%.

способностям, занимаясь «теневым бизнесом»³³⁸. Создатели подобной идеи упрощенно формулировали исходные предпосылки проблемы, такой вариант экономики был не в состоянии выполнять функцию несущей конструкции гражданского общества.

«Народу нужна вся правда», эти слова, произнесённые М. С. Горбачёвым в 1987 году на январском пленуме, должны были определить направление дальнейшего развития прессы. Ее перестроечный парадокс заключался в том, что чем больше газеты «Правда», «Советская Россия» и др. писали о преимуществах коммунистической системы, призывали к победе коммунизма, тем больше людей переставали им верить, тем больше они теряли своих сторонников. Новостная часть печатных изданий советского периода была размыта, а аналитические и художественно-публицистические тексты были плотно заполнены образами, мифологическими архетипами национальной культуры, существующими на генном уровне в массовом сознании. Становление нового мировоззрения осуществлялось вроде бы неосознанно, идеологи системы играли на том, что человек не может жить без веры в Бога, в Царя, только теперь ситуация требовала значительного усиления этой веры, но уже в реальное светлое будущее. Они их умело считывали и конструировали (образ умудренного опытом рабочего, сельского хозяина и др.) В ход был введен термин

³³⁸ Например, в 1969 г. студент исторического факультета Ростовского университета Владимир Мельников был осужден на пять лет за «валютные операции». В конце 70-х годов он опять получил срок по той же статье. В годы перестройки он основал швейный кооператив и был осужден на три года за вывоз незадекларированных долларов. Ныне ему принадлежит корпорация «Глория джинс». Трижды привлекался к уголовной ответственности Александр Смоленский, олигарх из лопнувшего во время дефолта банка «Столичный», значился в милицейских протоколах как «баба Шура». В 1981 г. его осудили на 12 лет. В конце 70-х годов начальник отделения милиции В. Рушайло занимался группировкой спекулянтов, которую возглавлял студент ГИТИСА Владимир Гусинский. Банкир Юрий Гуцин (кличка Картавый) был лишен свободы «за мошенничество» на девять лет. За разбой девять лет отсидел Гавриил Юшваев (кличка Гарик-Махачкала), владеющий 26 процентами акций компании «Вимм-Билль-Данн», которому среди прочего принадлежит Лианозовский молочный комбинат: Головков А., Нехорошев Г. Гусь. Судьба и карьера медиамагната // Независимая газета. 2000. 16 июня; Мороз П. Бизнес с тюремным стажем // Газета. 2002. 7 февр.).

«историзм», под крышу которого собирался, анализировался и активизировался материал, накопленный за десятилетия советской власти. Но это не помогало выстроить стройную и логическую систему будущего³³⁹. Велась своеобразная теневая война государства с гражданами, дальнобойными орудиями которой выступала пресса.

Исследования, проведенные «Фондом общественного мнения» по репрезентативной выборке в 56 населенных пунктах 29 областей, краев и республик всех экономических зон России, показали следующее: 31 процент населения страны считает, что печать оказывает отрицательное влияние на жизнь страны, 49 процентов – на настроение людей, 36 процентов считают, что средства массовой информации не стали свободными и по-прежнему подвергаются цензуре. За право информационных изданий быть свободными, иметь возможность давать информацию по своему усмотрению проголосовало 79 процентов граждан³⁴⁰. Гласность, принятые законы о правах человека, о политических партиях, о печати, назревшие политические и экономические проблемы страны, явные противоречия между декларируемыми ценностями и образом жизни, реальными процессами в партии и обществе влияли на смену курса.

Печатная пресса значительно видоизменилась, процесс демократизации и гласности создал новые условия, наступила свобода от тотального партийного контроля. В историю перестроечной прессы вошли выступления журналистов, представляющих разные идейные позиции и убеждения, Т. Самолис («Правда») и Н. Андреевой («Советская Россия»)³⁴¹. Статья Т. Самолис была построена на анализе читательских писем, в которых они возмущаются «чинушами», взяточниками, «пользователями особых благ». Текст был опубликован перед XXVII съездом КПСС в рамках «Всенародной

³³⁹ Грушин Б. Институт общественного мнения – отдел «Комсомольской правды» // Пресса в обществе. С. 64.

³⁴⁰ Пресса в обществе (1959–2000). Указ. соч. С. 596-597.

³⁴¹ Самолис Т. Очищение правдой // Правда. 1986. 13 февр.; Андреева Н. Не могу поступиться принципами // Советская Россия. 1988. 13 марта.

трибуны», где обсуждался проект новой редакции Программы КПСС. В статье также шла речь об очищении нового общества от рецидивов вождизма, авторитетов безграничной власти, приводящих к элементарному беззаконию. Значительная ее часть была посвящена вопросам гласности. Автор подчеркивала, что без нового качественного шага, гласности, невозможна демократизация СМИ. Они по-прежнему полностью и безгранично контролируются, опекаются даже по мелочам, вынуждены выражать мнение верхних эшелонов власти, защищать не общенародные интересы, а сиюминутные, конъюнктурные амбиции лидеров и их окружения: «Поперек дороги стоят, будут еще стоять ретрограды и пустозвоны, бюрократы и лихоимцы, – пишет журналист. – На словах соглашаясь с решениями партии, они на самом деле боятся перемен, а потому пытаются всячески замедлить наше движение вперед»³⁴². Через месяц после публикации на встрече с главными редакторами М. С. Горбачев дважды обращается к этой статье, отмечал болезненную реакцию на нее: «В Политическом докладе я высказал идею о том, чтобы наш аппарат по отношению к руководящим выборным органам не был тем самым «хвостом», который вертел собакой или лисой, – говорит он. – Его надо тоже менять и смотреть после каждого выборов, чтобы работники аппарата чувствовали, что они тоже подконтрольны. Это все правильно, все это надо делать. Но вот взять и бросить тень, как получилось, на весь этот слой нельзя, оказывается; партия, руководство и рабочие все «за», а кто между ними, те все гробят³⁴³». Отражением обострившихся противоречий между силами обновления и противниками глубоких реформ, сторонников социалистического выбора и коммунистической перспективы стало письмо Н. Андреевой «Не могу поступиться принципами»³⁴⁴. Автор письма, защищая завоевания социализма, достижения Союза ССР, давала высокую оценку режиму

³⁴² Самолис Т. Очищение правдой // Правда. 1986. 13 февр.

³⁴³ Правда. 1986. 14 марта

³⁴⁴ Андреева Н. Не могу поступиться принципами // Советская Россия. 1988. 13 марта.

Сталина, его личности как вождя народов, отрицательно характеризовала «перестройку», оценивая ее как «ползучую контрреволюцию», не раскрывая при этом идеологическую сущность происходивших процессов.

Деятельность СМИ перестроечного периода была достаточно противоречивой. Историк журналистики Р. П. Овсепян дает ей позитивную оценку: «Демократизация и гласность вызвали к жизни большое количество тем, раньше не освещавшихся или представляемых односторонне, а чаще всего в негативной трактовке. Общество десятилетиями испытывало информационный голод. Утолить его в новых условиях была призвана журналистика. Правдивое, аргументированное слово в печати, на телевидении и радио возрождало веру в прессу, способствовало преодолению «кризиса доверия» к ней³⁴⁵. Печатные издания стали смелее писать об исторических реальностях, противоречиях и сложностях, критическому осмыслению важнейших периодов истории КПСС были посвящены рубрики ведущих центральных газет «Наши публикации», «Наследие», «Характеры и обстоятельства», «Личность в контексте истории», «Уроки истории», «Проблемы и суждения», «Страницы истории» и др.³⁴⁶. Публикации в центральных и местных СМИ, критика сталинизма, разоблачение волюнтаризма, негативных проявлений периода застоя, разоблачение мифов

³⁴⁵ Овсепян Р. П. История новейшей отечественной журналистики. С. 238.

³⁴⁶ В газете «Правда» выходили целевые полосы «Правдинские пятницы». Вместе с ликвидацией «белых пятен» в историческом прошлом советского государства и коммунистической партии многочисленные статьи в печати посвящались разоблачению культа личности Сталина и его последствий, директивным методам управления созданной им административно-командной системы. Например: Коссаковский И. Партия мне безгранично доверяет. Письма Ф.Ф.Раскольникову Ларисе Рейснер // Советская культура. 1988. 30 апр.; Ключкин В. Секретарь ЦК // Комсомольская правда. 1988. 11 июня; Колесник А. Дочь Сталина // Советская культура. 1989. 20 апреля; Борисов Ю. Скромное обаяние генералиссимуса // Советская культура. 1989. 8 июля; Гуревич А., Махлин В. Пророк в своем отечестве // Советская культура. 1989. 22 июля; Новиков А. Так как же это было // Комс. правда. 1989. 8 авг.; Белан Н. Комиссар разведки // Советская Россия. 1989. 26 нояб.; Максимова Э. Квадратура круга. Письма Л. Б. Каменева из тюрьмы // Известия. 1990. 22 марта; Пошатаев В. Вокруг убийства Кирова // Правда. 1990. 4 нояб.; Донков И., Полещук Н. Судьбы большевика. Биография Н. И. Муралова // Правда. 1990. 28 сент.; Пошатаев В. Пятьдесят шесть лет спустя // Правда. 1990. 3 дек. и др.

о вождях-героях и антигероях и др. вызывали бурную, противоречивую ответную реакцию. В действие вступали законы демифологизации, «развенчание власти мифа», «освобождение от мифического плена». Новые мифы внедрялись через шок, который позволял отменить действие предыдущих мифов. Особенности мифотворчества и мифологизации состояли в том, что они, в отличие от предшествующих мифов, которые объективно складывались в процессе жизнедеятельности человечества, создавались и конструировались искусственно, специально поддерживались и распространялись. В таком контексте проблема связана с тем, что именно в период «перестройки» и по настоящее время большое внимание уделяется архаике и архаическим элементам в обществе, сохранившимся или превращенным. Но это не мифология, как ее понимают антропологи и этнографы, не традиция и не архаика. Речь идет о работе мощных институтов политтехнологов, систем институтов современного социума, средств массовой информации, то есть таких технологических средств, которые ориентированы на массовую аудиторию, на людей, которые согласны воспринимать себя в терминах массы. Они создают мифы, их транслируют и поддерживают, воспроизводят изо дня в день, из года в год. Причем новые мифы не имели ничего общего с мечтой, с социальным идеалом – они были призваны манипулировать сознанием, деформировать эгоистичные и сознательные заблуждения. Это позволяет утверждать, что общественное сознание общества периода «перестройки» активно демифологизировалось. Демифологизация была поставлена на службу идеологии тоталитарных режимов (миф «золотого века» превращенный в идею коммунизма, мифологизация фигур вождей и т.д.). Торжество мифов, их спонтанное воспроизведение или сознательное конструирование в «перестроечный период» становится определяющим фактором культурной динамики. В качестве технологии демифологизации применяется внедрение в массовое сознание стереотипов, опирающихся на бинарные оппозиции, выработанные народной традицией и сконструированные искусственно. Это позволяло

вводить в массовое сознание в упрощенной форме устойчивые представления о фактах действительности, с помощью национальной символики использовать их для придания веса и значимости событий и личностей. PR-технологии, подключаясь к уже запечатленной в массовом сознании информации, изменяя ее путем работы с мифологемами, каналами воздействия которых являлись СМИ.

В освещении Афганской войны использовался опыт военной пропаганды Великой Отечественной войны. Образ советских солдат, участников военных действий, был представлен на страницах газет «Правда», «Комсомольская правда», «Правда Севера», в журнале «Огонек», показывался в координатах мифа «герой». Интерес представляют различия в содержании и формах репрезентации образа мифа «герой». Изначально советская власть культивировала образ «интернациональной помощи» как справедливой и несущей победу афганскому народу миссии. Понятие справедливости объяснялось в контексте становления нового общества в ДРА и упразднения феодальных устоев. Пресса выступала в роли транслятора позиций официальных властей. По логике властей для окончательной победы нового режима над старым афганскому народу требовалась помощь более опытного северного соседа – СССР. Идеология холодной войны контролировала политические и информационные дискурсы, «упаковывая» восприятие мира в простые черно-белые стереотипы. Цель советской информационной политики состояла в том, чтобы предотвратить публичное обсуждение участия Советского Союза в войне в Афганистане. Война в печатных СМИ была представлена преимущественно как гражданский конфликт, в ходе которого северный сосед оказывал только «интернациональную помощь». Пресса употребляла понятия «ограниченный контингент советских войск» как нейтральную характеристику «военной помощи» и «воин» как определение героически исполняемого «интернационального долга». В текстах этот «долг»

выполняли анонимные «воины». Эта тенденция носила название информационной «афганизации», цель которой – доказывать, что ответственность за ход войны лежит на военных силах ДРА. Информационная «афганизация» определялась политической логикой и регламентировалась официальными документами, руководителями печатных органов, устными указаниями «сверху».

Период «открытия войны» второй половины 1980-х годов характеризовался тем, что возросло количество материалов о войне с участием СССР, в заголовках также появилось слово «война». В текстах стали чаще употреблять слово «воин» и реже – «ОКСВ». «Правда» больше других изданий использовало аббревиатуру «ОКСВ» (ограниченный контингент советских войск) как нейтральное наименование советских солдат. Категории «воин» и «воин-интернационалист» мифологизировались и употреблялись всеми изданиями в координатах характеристик героически выполняемого интернационального долга. В прессе появились тексты о подвигах реальных солдат, публиковались их фотографии, в обиход был введен синоним «интернационального долга» – «воинский долг», который можно было трактовать и как воинскую обязанность защищать Отечество. Война в Афганистане постепенно переставала быть внутренним делом афганского народа, но становилась вектором внешней политики СССР по «защите южных рубежей». В прессе регулярно поднимался вопрос об ответственности за решение ввести войска и о начале войны в Афганистане, о поиске виноватых, но освещение войны в перестроечную эпоху проходило так, чтобы развести два понятия – политическое решение ввести войска и воинский долг, повиновение приказу и воинская обязанность.³⁴⁷

³⁴⁷ С начала 1980 года в советских СМИ появляются материалы об ограниченном контингенте советских войск в Афганистане. Однако среди статей, корреспонденций и интервью о благородной интернациональной миссии в течение последующих шести лет не было практически ни одного материала, рассказывавшего о боевых действиях и о потерях, которые несли в Афганистане советские войска.// Как освещали войну в

На территории Афганистана информационно-психологическая война выступал как составная часть военного противоборства, при этом используются любые средства воздействия на информационную сферу противостоящей стороны. Различались два метода воздействия: убеждение – метод воздействия на сознание людей, обращённый к их собственному критическому восприятию, ориентированный на интеллектуально-познавательную сферу человеческой психики. Этот метод включал воздействие источника информации, содержания информации и ситуации информирования. Внушение – метод информационно-психологического воздействия на сознание личности или группы людей, основанный на некритическом (и часто неосознанном) восприятии информации, при котором сначала происходит восприятие информации, содержащей готовые выводы, а затем на её основе формируются мотивы и установки определенного поведения.

Печатную прессу времен «перестройки – ведущие авторские издания, которые возглавляли талантливые публицисты страны: Виктор Афанасьев («Правда»), Егор Яковлев («Московские новости»), Александр Чаковский («Литературная газета»), Виталий Коротич («Огонек»), Иван Лаптев («Известия»), Владислав Фронин («Комсомольская правда»). Их роль в резко возросшем позитивном и негативном влиянии была достаточно противоречива. Представления перестроечных идеалистов от журналистики о том, как будет складываться их жизнь после того, как будет покончено с гегемонией КПСС, категорически разошлись с тем, что произошло в действительности. Люди убеждались, что между словами и действиями, между ирреальным и реальным нет соответствия. Мифологический подъем был также связан с тем, что в ситуации социальной трансформации,

Афганистане в СССР. //ВОПРОСИК. Svargaman Опубликовано Svargaman Дек 25, 2015 в Масс-медиа 0 Comments. Больше информации [Электронный ресурс.]: <http://svom.info/entry/598-ispolnivshie-internacionalnyj-dolg/> // voprosik.net/kak-osveshhali-voynu-v-afganistane-v-sssr/

напряженности и нестабильности рациональная организация общества не может поддерживаться за счет внутренних ресурсов. Возникают благоприятные условия для доминирования мифов в социально-политической сфере общества, для конструирования и поддержания жизнеспособности новых политических мифов в политическом процессе, обрядовой политической символике, политических прогнозах, заключающих важную для социума информацию. Человек, погруженный в миф тотально, смотрит и воспринимает его не как вымысел, а как реальность. Отсюда изощренность и разнообразие мифов, оперативно создаются новые для того, чтобы вытеснить старые мифы. Поводом для возникновения мифов становятся символы, намеки реальности, невыразимые в словах.

Главный перестроечный миф – миф «вождя» Горбачева, коммуниста-реформатора, которого на Западе считают «отцом российской демократии», а на родине ругают за развал Советского Союза. С первых лет руководства страной образ героя М. С. Горбачева создавали профессионалы-политтехнологи. Его имидж стал основой политического успеха, важным механизмом воздействия на других людей, психологического влияния на толпу. Формирование политического имиджа Горбачева было полностью контролируемым, выстраиваемым по определенной схеме. Приемы, используемые для успешного его построения, менялись в зависимости от актуальных для данного момента тех или иных его сторон обстоятельств, потенциальной аудитории. До 1985 года, по словам историка Р. Медведева, его биография была «исключительно бедна событиями», а в его выступлениях этого периода невозможно найти «ни одной оригинальной идеи, которую можно было бы процитировать». Горбачев был «обходителен» со столичной элитой, которая отдыхала на кавказских курортах, вел себя по-прежнему «осмотрительно и лояльно», а попаданием в кресло генсека обязан «своему возрасту и совершенно нетипичному для партийных кругов красноречию». О таланте оратора, умеющего вступать в дискуссию,

вспоминает советник Горбачева по внешнеполитическим делам А. Черняев: «Чтобы кремлевский вождь не только свободно говорил с народом, но еще с ним и дискутировал, – такого не было с 1920-х годов, со времен Ленина». «Наконец-то у нас появился вождь, который намерен стронуть с места заехавшую в грязь телегу, который идет на риск».

Годы «перестройки», обозначенные ломкой общественного сознания, привычного отстраненного восприятия политических лидеров, позволили политтехнологам вывести на политическую арену не только миф «вождя», но и миф «семья», жену Горбачева, Раису, претендующую на роль большую, чем роль просто жены³⁴⁸. Британский журнал «Woman's Own» назвал её женщиной года (1987), Международный фонд «Вместе за мир» наградил Горбачёву премией «Женщины за мир», в 1991 году – «Леди года». Подчеркивалось, что супруга Президента СССР выступала в глазах общественности как «посланница мира», и отмечалась её активная поддержка прогрессивных замыслов Горбачёва. Пресса, восторгаясь личностью Генерального секретаря ЦК КПСС, его супруги, возвеличивали роль руководителя страны в преодолении волюнтаризма и субъективизма Хрущева, хотя новый мифологизированный герой ничего не сделал для дальнейшего развенчания культа личности Сталина, реабилитации миллионов безвинных жертв периода сталинского правления. После развала СССР газеты будут писать о «мании величия» генсека, который свой путь сравнивал с крестным путем Христа на Голгофу. На подмосковной даче Горбачева на картине художника Андрея Мягкова он изображен тенью Христа: на правой руке Спасителя – кровоточащее горбачевское родимое пятно, столь обсуждаемая народом – «метка дьявола»³⁴⁹. В обиход вошел

³⁴⁸ Кузовлев В. Страной руководил не Михаил Сергеевич, а Раиса Максимовна // Комс. Правда. 2013. 21 февраля

³⁴⁹ Глоба П. П. Вспомним Горбачева. «Куда уж далеко за примером ходить. Вот вам меченый человек, на лбу, такая противная у него мета и сколько людей заплатило за его вот эту мету. Шрамы, родимые пятна, природные отметины и нечувствительные участки

термин «горбечивизм», по словам А. А. Зиновьева, обозначающий «стремление заурядных, но тщеславных партийных чиновников перехитрить не только людей, но и объективные законы человеческого общества». Это же определение подтвердил В. В. Жириновский: «Этот нобелевский тракторист, политический Чикатило, сумел изнасиловать великую страну». М. С. Горбачев, на словах будучи генератором идей, постоянно прибегал к революционной риторике и фактически вырабатывал стратегию «перестройки» под лозунгами Октябрьской революции 1917 года, отождествлял смысл и задачи первого и второго события. В истории советских реформ это явление отражало противоречивый характер позднесоветской политической мысли и своеобразие советской политической культуры. В восприятии идущих в народном хозяйстве процессов рациональные оценки заменялись идеологическими, принятые оценки становятся у них стереотипами мышления. В годы «перестройки» общество поверило М. С. Горбачеву. Иррациональная пропаганда преодолевала препятствия, стоящие на пути к действию. В большинстве случаев, утверждает С. Московичи, если «действия являются следствием убеждений, то критический ум, отсутствие убежденности и страсти мешают действиям. Такие помехи можно устранить с помощью гипнотического, пропагандистского внушения, а потому пропаганда, адресованная массам, должна использовать энергичный и образный язык аллегорий с простыми и повелительными формулировками»³⁵⁰. Лозунги М. С. Горбачева о новом политическом мышлении, вхождении в Европейский Дом и др. могли быть реализованы только путем эволюционного изменения экономических основ, сближавших экономический базис СССР с Западом. Но основное время перестройки ушло на борьбу с пьянством и алкоголизмом, на госприемку, на чистку партаппарата, на создание гибрида партийно-советской системы,

кожи, которые не кровоточили при уколах, расценивались как метки дьявола» - Волосы. Родинки. Родимые пятна. // [Электронный ресурс]/. <http://www.gnozis.info/?q=node/372>

³⁵⁰ Московичи С. М. Указ. соч. С.132.

«рогатого зайца», по образному определению. А. А. Зиновьева, которая все равно не предотвратила ни развала КПСС, ни разбегания советских республик в сторону «самостийности».

Политическая мифология периода «перестройки» обладала повышенным дестабилизирующим воздействием на ход социальной жизни. На этом основании ее можно выделить в самостоятельную область идей и образов. Функциональная и структурная близость различных проявлений социального мифотворчества признавалась за теми мифами, политический статус которых акцентировал внимание на иррационально-деструктивных свойствах. Подобная искусственная дифференциация мифов вела к ограничению предметного поля. Технологии создания политических мифов предполагали наличие смещения условий и возможностей воображаемых миров и контекста, их материального воплощения, целенаправленную активизацию массового сознания, связанную с архаичной составляющей, фактов, эмоциональную дестабилизацию.

Исследователь Г. В. Осипов усиление мифотворчества и мифологизации в перестроечный период объясняется отсутствием научно разработанных теоретических основ социально-экономического реформирования России. Именно это «привело к тому, что, как и прежде, на смену одним социальным мифам – развитого социализма, перехода к коммунизму и т.д. – пришли другие, не менее одиозные мифы. Практическая реализация новых мифов различными властными структурами и политическими силами привела в действие такой социальный маховик, который стал крушить все, отбрасывая развитие страны на многие десятилетия назад»³⁵¹.

³⁵¹ Осипов Г. В. Социальное мифотворчество и социальная практика. М.: НОРМА, 2000. С. 5.

Эксплуатируя иллюзорную картину реальности, новые мифы стали неотъемлемой частью процесса принятия решений и реализации поведенческих аспектов. Государство, информационные каналы на протяжении «перестроечного времени» выполняли функции «крыши» для экспроприации общественно-государственной собственности и криминального обогащения ничтожного меньшинства, а также функций нейтрализации оппозиции и манипулирования населением. Ключом к активизации новых мифов, как результат модификации поведения, становились политические декларации, заявления, обещания, которые порождали у людей эффект ожидания «лучших времен, игнорирование обыденной реальности. А. Н. Кольев так обозначает факторы разрушения национальных мифов: «иллюзия нейтральности социальных институтов (СМИ и правительство оказываются вне пристрастий сторон любого конфликта, нейтральность выдается за свойство ценностно-ориентированной деятельности, интересы монополий выдаются за проявление индивидуальной инициативы, государственный аппарат представляется как деидеологизированный); минимизация социальных ожиданий (преследует цель ослабления воздействия масс на властвующие элиты, пропаганда неизменности человеческой природы, благотворительности сложившихся социальных условий, к которым надо приспособиться); иллюзия культурно-информационного разнообразия (создаваемые обилием СМИ, которые в реальности создаются информационными концернами, информационные ловушки – поток сообщений при отсутствии разнообразия мнений)»³⁵².

В июне 1990 года был принят Закон СССР «О печати и других средствах массовой информации». Он отменил цензуру, предоставил широкие права на учреждение печати и других СМИ, ввел их регистрацию. Тремя принципиальными особенностями закона о печати были: отмена цензуры (статья 1 – «свобода печати»); плюрализм учредительства –

³⁵² Кольев А. Н. Указ. соч. С. 309-310.

учредителями СМИ в соответствии с законом могли быть советы народных депутатов и другие государственные органы, политические партии, общественные организации, объединения граждан, созданные в соответствии с законом, трудовые коллективы, а также граждане СССР, достигшие восемнадцатилетнего возраста. Закон о печати, запретив цензуру, юридически обеспечил формирование свободных СМИ. Закон носил не разрешительный, а заявительный (регистрационный) характер. Предоставив широкие права на учреждение печатных изданий и других средств массовой информации, закон ввел их регистрацию как проявление новых принципов строительства журналистики в демократическом обществе. По данным Госкомпечати СССР, на 15 марта 1991 года в стране было зарегистрировано около 1800 газет и журналов, рассчитанных на всесоюзную аудиторию, причем около 850 газет выходило впервые (издания общественных организаций и объединений, совместных предприятий, партийных и религиозных организаций, частных лиц). Символ «перестройки» – провозглашение «средств массовой пропаганды четвертой властью». Деятельность журналистики в координатах «четвертой власти», по определению Е. П. Прохорова, предполагалось рассматривать «в рамках единого информационного пространства с гуманистических позиций на основе диалогических взаимоотношений во имя формирования адекватного гражданского сознания и активности при реализации требований информационного порядка в условиях информационной безопасности»³⁵³. «Четвертой властью» во всем мире считают общественное мнение, которое учитывают другие ветви власти. Информационные каналы по своей природе полифункциональны, они являются компонентами политической сферы общества, его экономической инфраструктуры (медиабизнес), а также социальной области (как институт образования и культуры). Они частично выступают политическим инструментом общества и власти, т.е. могут

³⁵³ Прохоров Е. П. Указ. соч. С. 214.

рассматриваться в качестве такового исключительно в плане перемещения политически значимой массовой информации.

Государство в период «перестройки» не выступало в роли координатора деятельности различных субъектов общества, в том числе прессы. Пресса на некоторое время приобрела определенную самостоятельность и власть, так как между правящей элитой и обществом возникла пропасть отчуждения, когда мнения большинства населения собственной страны не существовало для власти, когда это мнение до нее не доходит или не принимается в расчет. Но диалог между прессой и властью не происходило. Вакуум общественного мнения заняла мифологема «четвертая власть». Эта мифологема применительно к СМИ работает временно, в период слабой власти и превращается в «четвертую квазивласть». Относительную самостоятельность СМИ получают только в ситуации активно функционирующего гражданского общества, которое для СМИ выступает гарантом демократических преобразований.

До конца 80-х гг. средства массовой информации оставались органической структурой однопартийной политической системы. Они предлагали обществу не только информацию, но идеи и мировоззрение, образы социальных взаимодействий и институтов, которые, будучи ежедневно озвучиваемыми, во многом определяли, что является нормальным, а что девиантным. Понятие «демократия» находилось в самом конце списка приоритетов для М. С. Горбачева, рассматривалось им как идеологическая реклама и средство для достижения цели по спасению номенклатурной советской системы. Помимо этого, демократы «первого пришествия» скомпрометировали себя амбициозностью, коррупцией, воровством. Это не мешало их создателю и вдохновителю Е. Т. Гайдару объяснять сложившуюся ситуацию страхом и историческим опытом, довлевшим над номенклатурой: «Главное, ей было легко «поступаться принципами», ибо у нее давно их просто не было: декларируемые принципы

ей давно были смешны и противны, а своими интересами она отнюдь не поступалась, наоборот, успешно их реализовывала. В итоге удалось добиться, может быть, не самого эффектного, но самого эффективного для страны политического результата в XX веке – решительного, но мирного, эволюционного по сути, хотя и революционного по форме, изменения»³⁵⁴.

ВЫВОДЫ. «Перестройка» открыла эпоху модернизации авторитарно-бюрократической системы, ознаменовалась прямыми и открытыми выступлениями значительной части населения за либерализацию и демократизацию. «Перестройка» также маркировалась приходом к власти новой пары вождей – демиургов, мифической парой «близнецов»: «Ю. В. Андропов – М. С. Горбачев». Мифологическая составляющая времени правления Ю. В. Андропова, представляемая печатью, была обозначена мифологемой «врага», с уточнением – «профилактированного врага». Свободомыслие советской интеллигенции, диссидентов, трансляция оппозиционных идей и взглядов пресекалась. Оппозиционеры не изолировались, ставка делалась на так называемую «профилактику угрозы политическому режиму. В тексты были активно задействованы приемы мифотворчества, в общественное сознание внедрялись образы душевно больных людей, антисоветчиков, творчески несостоявшихся личностей и др. Политический миф сводился на уровень обыденного сознания, на отождествление его с понятиями «сказка» или «басня». Доказательства правильности подобной идеологии» сопровождалась разоблачением враждебных идеологических доктрин путем отождествления элементов их структуры с расхожими» политическими мифами.

Сложившаяся политическая ситуация способствовала усилению тяги людей к архаике и архаическим элементам в обществе, сохранившимся или превращенным. На транслируемые прессой мифологемы «ускорение»,

³⁵⁴ Гайдар Е. Т. Государство и эволюция. М.: Евразия, 1998. С. 187-188.

«гласность», «перестройка», «социализм с человеческим лицом» народ отвечал едкой сатирой. Перестроечные мифы выступали доминантой всех коммуникационных каналов. В активный оборот вводится мифологема «социализм с человеческим лицом». Под ним сходились конгломераты разных идей, близкие к утопически-гуманистическим вариантам «раннего Маркса», «ленинизма», социал-демократии, либерализма. В исследуемый период миф возрождался не как система мирообъяснения, а как мозаичный метод мышления, который более связан с разрушительной, чем созидательной функцией, неоднократно повторенный, он становится носителем собственной истины, не поддающейся рациональному объяснению. Взаимосвязь мифологического мировосприятия с политическим мышлением и практикой раскрывала теоретико-методологические основы политической мифологии, показывала место и роль мифа в индивидуальном и массовом сознании, представляла технологии конструирования политических мифов и механизмы их разрушения. Особое внимание уделялось национальной мифологии, духовно-творческой силе, которая бы способствовала преодолению мировоззренческого кризиса в российском обществе, реализации нового позитивного проекта будущего России.

В процессе «перестройки» в текстах, представляемых прессой, отчетливо проявилось противостояние между сторонниками проводимых в России реформ. Газетные дискуссии развернулись вокруг принципиального вопроса: строить ли обновленный социализм на рыночной основе или рынок неизбежно приведет к капитализму как способу производства. Становление нового мировоззрения осуществлялось неосознанно, идеологи системы играли на том, что человек не может жить без веры в Бога, в Царя. Ситуация требовала значительного усиления этой веры, но уже в реальное светлое будущее. При этом деятельность печатной прессы перестроечного периода была достаточно противоречивой. Публикации в центральных и местных СМИ, критика сталинизма, разоблачение волюнтаризма, негативных

проявлений периода застоя, разоблачение мифов о вождях-героях и антигероях и др. вызывали бурную, противоречивую ответную реакцию. В действие вступали законы демифологизации, «развенчание власти мифа», «освобождение от мифического плена». Новые мифы внедрялись через шок, который позволял отменить действие предыдущих мифов. Особенности мифотворчества и мифологизации состояли в том, что они, в отличие от предшествующих мифов, которые объективно складывались в процессе жизнедеятельности человечества, создавались и конструировались искусственно, специально поддерживались и распространялись. В таком контексте проблема связана с тем, что именно в период «перестройки» и по настоящее время большое внимание уделяется архаике и архаическим элементам в обществе, сохранившимся или превращенным. Но это не мифология, как ее понимают антропологи и этнографы. Это мощные институты политтехнологов, системы институтов современного социума, средств массовой информации, то есть таких технологических средств, которые ориентированы на массовую аудиторию, на людей, которые согласны воспринимать себя в терминах массы. Они создают мифы, их транслируют и поддерживают, воспроизводят изо дня в день, из года в год. Причем новые мифы не имели ничего общего с мечтой, с социальным идеалом – они были призваны манипулировать сознанием. Это позволяет утверждать, что общественное сознание общества периода «перестройки» активно демифологизировалось. Демифологизация была поставлена на службу идеологии тоталитарных режимов (миф «золотого века», превращенный в идею коммунизма, мифологизация фигур вождей и т.д.). Торжество мифов, их спонтанное воспроизведение или сознательное конструирование в «перестроечный период» становится определяющим фактором культурной динамики. В качестве технологии демифологизации применяется внедрение в массовое сознание стереотипов, опирающихся на бинарные оппозиции, выработанные народной традицией и сконструированные искусственно. Это позволяло вводить в массовое

сознание в упрощенной форме устойчивые представления о фактах действительности, с помощью национальной символики использовать их для придания веса и значимости событий и личностей. PR-технологии, подключаясь к уже запечатленной в массовом сознании информации, изменяли ее путем работы с мифологемами, каналами воздействия которых являлись СМИ.

В освещении Афганской войны использовался опыт военной пропаганды Великой Отечественной войны. Идеология холодной войны контролировала политические и информационные дискурсы, «упаковывая» восприятие мира в простые черно-белые стереотипы. Цель советской информационной политики состояла в том, чтобы предотвратить публичное обсуждение участия Советского Союза в войне в Афганистане. Категории «воин» и «воин-интернационалист» мифологизировались и употреблялись всеми изданиями в координатах характеристик героически выполняемого интернационального долга.

Мифологический подъем был также связан с тем, что в ситуации социальной трансформации, напряженности и нестабильности рациональная организация общества не может поддерживаться за счет внутренних ресурсов. Возникают благоприятные условия для доминирования мифов в социально-политической сфере общества, для конструирования и поддержания жизнеспособности новых политических мифов в политическом процессе, обрядовой политической символике, политических прогнозах, заключающих важную для социума информацию. Человек, погруженный в миф тотально, смотрит и воспринимает его не как вымысел, а как реальность. Отсюда изощренность и разнообразие мифов, оперативно создаются новые для того, чтобы вытеснить старые мифы. Поводом для возникновения мифов становятся символы, намеки реальности, невыразимые в словах.

Главный перестроечный миф – миф «вождя» Горбачева, коммуниста-реформатора, которого на Западе считают «отцом российской демократии», а на родине ругают за развал Советского Союза. В обиход вошел термин «горбечивизм», обозначающий стремление тщеславных партийных чиновников обмануть не только людей, но и объективные законы человеческого общества».

Политическая мифология периода «перестройки» обладала повышенным дестабилизирующим воздействием на ход социальной жизни. На этом основании ее можно выделить в самостоятельную область идей и образов. Функциональная и структурная близость различных проявлений социального мифотворчества признавалась за теми мифами, политический статус которых акцентировал внимание на иррационально-деструктивных свойствах. Подобная искусственная дифференциация мифов вела к ограничению предметного поля. Технологии создания политических мифов предполагали наличие смещения условий и возможностей воображаемых миров и контекста, их материального воплощения, целенаправленную активизацию массового сознания, связанную с архаичной составляющей, фактов, эмоциональную дестабилизацию. Символ «перестройки» – провозглашение «средств массовой пропаганды четвертой властью». Эта мифологема работает временно, в период слабой власти, в итоге превращается в «четвертую квазивласть». Относительную самостоятельность СМИ получают только в ситуации активно функционирующего гражданского общества, которое для прессы выступает гарантом демократических преобразований. До конца 80-х гг. печатная пресса оставалась органической структурой однопартийной политической системы. Она предлагали обществу не только информацию, но идеи и мировоззрение, образы социальных взаимодействий и институтов, которые, будучи ежедневно озвучиваемыми, во многом определяли, что является нормальным, а что девиантным.

4. МЕДИА КАК ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АКТОР ФОРМИРОВАНИЯ МИФИЧЕСКОГО (1990-е годы)

4.1. Мифологемы в печатной прессе: от идеологической реконструкции до мифологической десакрализации

Номенклатурная революция 1991 г. знаменовала собой крах авторитарно-бюрократической системы и распад СССР³⁵⁵. Если провести аналогии между социальными изменениями в 1917–1918 годы и в 1991–1993 годы, то, по мнению историка Ф. Синельникова, в 1917 году произошла радикальная ломка старого уклада и началась принципиально новая историческая эпоха для России, «смена «держав». «Во время ельцинской же «бескровной революции» смены «держав» не произошло и принципиально другой идеологии выработано не было»³⁵⁶. Данное утверждение он подтверждает анализом преемственности кадров госаппарата: «В декабре 1991 года Горбачев спокойно ушел с поста президента СССР, подписав указ о собственной отставке и передав Ельцину «ядерный чемоданчик». Горбачев остался главой фонда своего имени (представьте себе, что в 1920 году недалеко от Кремля работает «Романов-фонд» во главе с Николаем II) и даже

³⁵⁵ Другие названия: Буржуазно-криминальная революция (1991-1993 гг); Четвертая Другие названия: Буржуазно-криминальная революция (1991-1993 гг); Четвертая русская революция. Началом революции можно считать поражение «путча» ГКЧП 21-го августа 1991 года, когда полностью сложилась революционная ситуация, а завершением активной фазы революции - расстрел «Белого Дома» и ликвидацию Верховного Совета 4 октября 1993 года. Основные события: 12 июня 1991 г.- избрание Б.Ельцина президентом РСФСР; 19-21 августа 1991 г.- «путч» ГКЧП; 8 декабря 1991 г. - Беловежское соглашение. Решение Б.Ельцина, Л.Кравчука и С.Шушкевича о разрушении СССР и создании СНГ. 25 декабря 1991 г.- отставка М.С.Горбачёва с поста Президента СССР; 26 декабря 1991 г.- СССР официально прекратил своё существование. Январь 1992 г., - начало радикальной экономической реформы (приватизации) в РФ. Ваучерная приватизация положила начало смене социалистической экономической модели на буржуазную модель; 25 апреля 1993 г - Всероссийский референдум о доверии политике Президента РФ; 21 сентября 1993 г.- Указ № 1400 Президента РФ Б.Ельцина «О поэтапной конституционной реформе и роспуске Верховного Совета РФ»; 3-4 октября 1993 г. - выступление оппозиционных сил, расстрел «Белого Дома». Ликвидация Верховного Совета означала конец советской власти и смену советской социалистической политической модели на буржуазную модель.

³⁵⁶ Синельников Ф. Циклы российского великодержавия и современность. [Электронный ресурс]//<http://perehodjournal.ru/leto-2011/f-dor-sinelnikov-tsikli-rossiyskogo-velikoderzhaviya-i-sovremennost>

на президентских выборах 1996 года выдвигал свою кандидатуру. Приверженность общества и государства 1990-х и 2000-х годов советской тоталитарной традиции проявилась на всех ступенях кадровой лестницы. Многие видные лидеры СССР последнего периода остались в активной политике»³⁵⁷.

После августовских событий единый лагерь демократов раскололся, одна его часть была изгнана из властных структур, другая – стала критиками режима. Б. Н. Ельцин, находясь в пределах старого милленаристского мифа, не испытывал потребности в поиске мифоосновы для своей идеологии, он просто придал старому милленаристскому мифу новый вид, оказавшись на короткое время «творцом», ремейкером-трикстером новой идеологии. Исследователь И. Чиндин утверждает, что, «с начала тысячелетия и по сей день идет процесс политического бриколажа. Политические мифы рождаются, умирают, но ни один из них не получает «логического» (научного) оформления – ни один не вырастает в мифологию»³⁵⁸. Власть оказалась немошна в плане «мифологизирования» государственности, которой она никогда не занималась. За идеологическую составляющую в советское время отвечала компартия. Вакантное место, освобожденное компартией, остается сегодня незанятым. «Причем, с одной стороны, это должна быть союзная силовым структурам власти субстанция государства, с другой – независимая от них в силу иной своей природы автономная субстанция».³⁵⁹

Официальными целями преобразования России были провозглашены построение демократического правового государства и многоукладной, эффективной, социально ориентированной экономики. Реформаторы ельцинского призыва с первых шагов своей деятельности у руля экономики

³⁵⁷ Синельников Ф. Указ.соч.

³⁵⁸ Чиндин И. Постмилленаризм или бриколаж // [электронный ресурс] [//http://www.russ.ru/Mirovaya-povestka/Postmillenarizm-ili-brikolazh](http://www.russ.ru/Mirovaya-povestka/Postmillenarizm-ili-brikolazh)

³⁵⁹ Там же.

страны оказались в социальном вакууме. Их поддержка в обществе была сильно «разреженной» – лишь 7 процентов россиян считали, что они справляются со своими обязанностями³⁶⁰. Трансформация государственной экономики и государственной собственности шла по пути реформ, ориентированных на рентную прибыль, полную либерализацию цен, свободную игру рыночных сил в финансовой сфере при упразднении регулирующей роли государства. На вооружение была взята монетаристская модель реформ, «ваучерная приватизация», превратившаяся в раздачу государственной собственности за мизерную цену узкой группе лиц. Общественно-политическая система России прошла этап номенклатурной либерализации (1991–1993 гг.), когда произошел распад прежней номенклатуры и формирование на ее основе новых групп интересов. К концу 90-х годов в России сложилась ситуация глубокого социально-экономического, духовно-нравственного кризиса. Престиж власти падал, недовольство режимом охватывало все новые слои общества и постсоветской элиты. Национальной трагедией для страны и ее народа стала политика псевдореформ; экономическая, политическая, социальная стабильность страны разрушена, основы ее безопасности подорваны³⁶¹. По выражению З. Бжезинского, экономика превратилась в зияющую «черную дыру». По тогдашним оценкам западных экономистов, Россия могла вернуться к уровню экономического развития 1990 г. лишь в 2010–2015 гг.³⁶².

³⁶⁰ От Ельцина до Путина: три эпохи в историческом сознании россиян. М., 2007. С. 27.

³⁶¹ За период с 1992 по 1997 гг. произошло падение ВВП на 50 % (ныне он составляет 10 % американского), промышленной продукции – на 55 %, жизненного уровня населения – на 60%, капиталовложений – на 50-60 %. На Запад беспрепятственно, без всякого противодействия со стороны властей перекачано 300 миллиардов долларов, в основном награбленного капитала». Страну из-за нищенской зарплаты и бедности покинуло около 200 тыс. ученых и специалистов. Произошла деградация науки, среднего и высшего образования, здравоохранения, культуры, вооруженных сил. Россия откинута в разряд развивающихся стран.

³⁶² Бжезинский З. Великая шахматная доска: господство Америки и ее геостратегические империи. М., 1999. С. 108.

Политические последствия, вызванные кризисом, проявились в резком усилении недовольства широких масс населения, в том числе и среднего класса, деятельностью всех ветвей власти, в особенности президента и его ближайшего окружения. Новый вождь заявил себя на одну роль, а сыграл другую. Протест протекал латентно, еще была сильна вера в то, что всемогущее государство справится с временными трудностями. При всех личных амбициях Б. Н. Ельцина и его претензиях на статус лидера новой России его настоящая роль получилась другой. Недооценку сложившейся в стране крайне сложной экономической и политической ситуации позднее признавал Б. Н. Ельцин, обещавший в конце 1991 года за год вывести страну из кризиса. Взрыв случился, кризис углублялся. Налицо было появление целого ряда факторов, которые облегчают выживание системы власти и самого политического класса. «Существование множественности постоянно зарождающихся конфликтов на всех уровнях – и в Москве, и в провинции – оказывается для системы благом, – считает Л. Ф. Шевцова. Ведь эта множественность не только не создает (пока!) больших зон напряженности, но предотвращает появление конфронтаций, которые были бы губительны для власти. Стабилизирующее воздействие имеет и система теневых противовесов наверху, которая ограничивает амбиции отдельных групп.³⁶³ Но ни одна из этих групп не может монополизировать власть и собственность. Это является условием того, что все группы не готовы идти на сделки друг с другом, это основа для сдерживания силовых переворотов. По мнению исследователя А. Зиновьева, «социальная система, которая получилась в результате антикоммунистического переворота в горбачевско-ельцинские годы, представляет собой диковинный гибрид из разных компонентов: советизма, то есть остатков советской системы, западнизма – прямого подражания социальным системам Запада и дореволюционного феодализма. Вот эти три компонента, которые, казалось бы, трудно

³⁶³ Шевцова Л. Ф. Дилеммы посткоммунистического общества // Полис. 1996. № 5. С. 85.

совместить. Гибридность такая была создана на скорую руку, создана дилетантами, которые понятия не имеют о социальных законах»³⁶⁴.

Российской Федерации от СССР достался статус сверхдержавы: мощный военно-промышленный комплекс, гегемонистские устремления, традиционная консолидация общества, сформированная система средств массовой информации и мифотворчества. Пришедший к власти крупный капитал и бюрократия на приоритетное место поставили собственные интересы, сделав ставку на создание криминализованной клановой сырьевой экономики с «быстрой» прибылью и минимальными инвестициями в основной капитал. По утверждению экономиста В. Квинта, «семь лет своего правления Б. Н. Ельцин и его окружение являлись не гарантом Конституции и рыночных демократических реформ, а легальным прикрытием клептократии, разграбившей страну и вывезшей за рубеж сотни миллиардов долларов»³⁶⁵. Вождь недолго играл в демократию. Когда у легальной оппозиции возникло другое мнение по поводу проводимых в стране реформ, он довел конфликт до высшей точки и расстрелял лишенный власти парламент. Преобразования радикальных либералов имели открытый антидемократический и антисоциальный характер. Если «перестройка» частично реализовала идею высвобождения демократического потенциала советского общества, то реформы 90-х годов привели к выхолащиванию этого потенциала.

Средства массовой пропаганды, опираясь на новый Закон, но оставаясь на государственном финансировании, активно создавали новое информационное пространство, участвовали в процессах социализации, служили одним из основных каналов получения информации. Власть понимала, что от направленности и характера материалов в значительной

³⁶⁴ Нынешний строй в России – это «рогатый заяц». Философ, социолог и писатель Александр Зиновьев в беседе с Виктором Кожемяко // Советская Россия. 2002. 29 ноября.

³⁶⁵ Новое время. 1997. № 47. С. 3.

мере зависит, какие взгляды, стереотипы, мнения и мировоззренческие установки будут складываться у населения. В Законе подчеркивалась независимость средств массовой информации от вмешательства государства в профессиональную деятельность журналистов³⁶⁶. Предполагалось, что узаконенная возможность информационных каналов открыто обсуждать и представлять разные спектры мнений выдвинет их в разряд наиболее влиятельных политических сил в обществе. Но этого не произошло.

Объективным условием нового витка развития печатной прессы явился процесс коммерциализации, она начала менять форму собственности, акционироваться³⁶⁷. На первое место вышли вопросы экономического характера, от которых напрямую зависело их выживание. Источниками финансирования стали прибыли от тиражей и рекламы, участие в избирательных кампаниях федерального, регионального уровня, смены политических лидеров, руководителей властных структур. Через череду расколов, вынужденной продажи прошли «Комсомольская правда», «Известия», «Независимая газета». Многие промышленно-финансовые группы покупали или создавали свои издания. Информационный бизнес становился приоритетным. Нарождающийся рынок кардинально менял

³⁶⁶ В этот же период принимается пакет законодательных актов (законы «Об информации, информатизации и защите информации», принятый Государственной Думой РФ 25 января 1995 года, «Об экономической поддержке районных (городских) газет», принятые 13 июля 1995 года, закон «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации», принятый Думой 18 октября 1995 года). Указы президента России 1991-1993 годов, а также постановления правительства РФ последних лет («О мерах по защите свободы печати в РСФСР» от 11 сентября 1991 г.; «О защите свободы массовой информации» от 20 марта 1993 г.; «О мерах по защите свободы массовой информации в Российской Федерации» от 5 декабря 1993 г.; «О совершенствовании государственного управления в сфере массовой информации» от 22 декабря 1993 г.; «О дополнительных гарантиях права граждан на информацию» от 31 декабря 1993 г. и др.) См.: Сборник законов Российской Федерации. М., 2001. С. 350-359.

³⁶⁷ В качестве примера можно привести ситуацию с газетой «Московский комсомолец». Ее руководитель П. Гусев, назначенный на должность горкомом комсомола, убедил своих сотрудников, что «МК» должен стать закрытым акционерным обществом, а он – главным и единственным акционером. В результате была выпущена одна акция, владельцем которой стал П. Гусев. Уже через год газета стала приносить миллионные прибыли, а Гусев прошел путь от «Таврии» до шестисотого «Мерседеса». По такому же сценарию были приватизированы «АИФ».

требования к коммерческой политике, это повлекло за собой изменения в деятельности и типологии медийных каналов, объективность и правдивость информации приносились в жертву «желтизне», усилению традиционного политического мифотворчества. Рождение мифологем «свобода слова», «гласность» были следствием принятого в октябре 1991 года закона «О средствах массовой информации», трактуемого как самый либеральный закон в России. Пресса активно внедряла в сознание граждан образ демократического вождя, сопровождая уточнением «Ельцин – это свобода слова».

Выйдя из-под монопольного управления партийно-государственной системы, но оказавшись, как и другие отрасли экономики, включенными в систему рыночных отношений, пресса не была готова к этому экономически. Борьба за сферы политического влияния в условиях отсутствия политической стабильности в стране, на фоне неразвитой законодательной базы и слабости экономического рынка привела в концентрации информационных ресурсов в руках ограниченного круга политически и экономически заинтересованных лиц и структур власти. Отсутствие необходимых федеральных и региональных законов, регламентирующих деятельность владельцев информационных каналов, определяло степень их зависимости.

Новые хозяева медиаресурсов не обладали должным уровнем ответственности, способностью соотносить свои желания и их последствия. Главной опасностью олигархической медиакратии явилась не принадлежность СМИ частным лицам, а полное несоответствие масштаба ответственности этих лиц с масштабом последствий применения ими медийного ресурса. Разоружение медиаолигархов было не способом борьбы с демократией, а вопросом самосохранения общества, вопросом выхода из кризиса, угрожающего непредсказуемостью, неограниченностью по своим последствиям медиапотрясений. Миф «свобода прессы» был вытеснен мифом «олигархическая медиакратия».

Российская пресса, контроль над которой явно или скрытно осуществлялся сросшимся с олигархатом государством, не давали оппозиции озвучивать свои идеи. Оппозицию загнали в информационное гетто (газеты «Правда», «Советская Россия» и «Завтра»), уничтожая слабые ростки гражданского общества и парламентской демократии. Оппозиция, за которую голосовало около половины избирателей страны, была лишена возможности высказывать свое мнение широкой аудитории. Именно недовольные оппозиционные группы являются важнейшим социальным противовесом, сдерживающим тенденции к монополизации власти. Демократическая оппозиция преследовала одну цель – изменение структуры власти для обеспечения равных возможностей доступа к принятию решений всеми политическими субъектами, что является сущностью демократии. Для последовательной демократизации большую роль играла сложившаяся патовая ситуация в отношениях режима и его оппозиции. Эти отношения не обязательно предшествует распаду, но являются началом выхода из кризиса. Но этого не произошло, печатная пресса, другие каналы не стали самостоятельными. Уничтожение оппозиционных СМИ – регрессивная тенденция в развитии политического процесса, а независимость и массовость, важнейшие условия демократии, не затронули медийные каналы.

В медийных каналах определились два подхода к освещению событий: либеральный и социально ответственный. Либеральные издания предполагали, что все интересное и важное для аудитории должно быть отражено в новостях. Социально ответственные – считали свое предназначение для поддержания моральных основ общества и воспитания людей. Исследователь А. М. Цуладзе доказывает, что «подобный подход характерен для общества, где информационные каналы монополизированы государством, а государство одержимо опекой своих граждан. В российской действительности все выглядело иначе, требования авторитарного и демократического режимов не слишком различались в установках по

отношению к СМИ»³⁶⁸. С подобной постановкой вопроса нельзя не согласиться, авторитарное государство опирается на миф о государстве, демократическое – на миф о правах человека.

Невысокий уровень доверия к прессе, характеризующийся все более изощренным использованием информационных технологий и мифотворчеством, становится общей проблемой прессы исследуемого периода. Его образно характеризуют народные лозунги: «Пипл схавает!», «Хапай воздух! Крым проезжаем!» и др. Открылись шлюзы вседозволенности, старейшие издания погибали, появились новые, демократические, псевдодемократические, эротические, порнографические. Результатом этого стало доминирование двух взаимопроникающих форм: субкультурной, уголовной оппозиции к собственной стране, ее истории и традициям – и западной. Информационное пространство было поделено, решительно и категорично была порушена система трансляции текстов: во главу угла ставились сенсационность, вольное обращение с фактами, скандалы, эпатаж. В этой ситуации на какое-то время отчетливо проявилась властная природа журналистики. Другие ветви власти признали ее право называться «четвертой властью», но начали бороться всеми возможными и невозможными методами, признавая при этом ее мощь и влияние. В 90-е годы большая часть идей, исповедуемых информационными каналами, оказалась невостребованной, представления перестроечных идеалистов от журналистики о том, как будет складываться их жизнь после того, как будет покончено с гегемонией КПСС, категорически разошлись с тем, что произошло в действительности.

Политическая реальность в российских средствах массовой информации была доведена до того уровня, на котором реальность становится для журналистов постигаемой, включенной в собственный порядок вещей, а политические мифы конституируют социальное и

³⁶⁸ Цуладзе А. Указ. соч. С. 235.

политическое пространство, так как формы демократической власти не представляются без сакрального мышления. Механизмы сакрализации были направлены на упрочение действующей политической структуры. Смысл новых мифов выступал как латентный и зависел от политического момента. Мифотворчество, представляемое прессой, декларировало свободу создания свободного общества свободных людей, а содержание каждый раз конкретизировалось в зависимости от тех социальных условий, в которых они использовалась, учитывая то, что идеологические представления коренятся в глубинах человеческого подсознания. Эту ситуацию достаточно образно характеризуют заголовки профессиональных журналов «Журналист» и «Профессия – журналист»: «В обнимку с гласностью», «Деньги не пахнут», «Время халявщиков», «Информационные киллеры» и др. На слуху «медийные герои», «акулы пера» и «звезды ящика» – Максим Соколов, Владимир Познер, Александр Невзоров, Татьяна Миткова, Евгений Киселев, Владислав Листьев, Сергей Доренко и др.

Пресса отражала стихийные импульсы и результаты деятельности отдельных журналистов, имеющих в активе достаточно сложные и противоречивые установки. Именно они в этот период выражали возникающие в данной ситуации психологические порывы, новые идеологические ценности и ориентации. Причины последующих изменений в прессе крылись в психологических коллизиях ведущих журналистов. Печатная пресса воспринимались как территория личностей: Е. Яковлев, А. Коротич, Б. Третьяков и др. Их образы внедрялись в сознание масс как сложное и многомерное порождение их индивидуальной психики и творчества. Убийство «героя», телекомментатора В. Листьева, которое впервые в российской истории транслировали все медийные каналы, преподносилось как национальная трагедия. Так зарождался миф «о свободном журналисте». На его формирование активно влияли озвучиваемые прогрессивные идейные представления, духовная атмосфера времени. Они, в

свою очередь, определяли, какие порывы лидера, мыслителя-журналиста могут найти отклик у людей. Можно утверждать, что психологическое состояние «героев», прогрессивных и оппозиционных журналистов находило отклик в сознании масс и порождало неожиданные повороты в идеологическом влиянии на общество. Потребность и востребованность мифотворчества диктовалась внутренним складом людей. Эту закономерность очень точно уловили представители властных структур и использовали их как некое образование, помогающее выявить связь между неосознанной жизнью индивида и новой историей, идеологией, психологией и медийными каналами.

Но существовали и различия, вытекающие из качественного развития гражданского общества, политической культуры. В России относительно автономные и влиятельные СМИ («Известия», «Московский комсомолец», «Комсомольская правда», «Аргументы и факты» и др.) периода «поздней перестройки» в значительной степени возмещали слабость вновь созданных политических партий, движений, содействуя их развитию. Коммерциализация информационных каналов сократила их способность выполнять эту функцию. Например, олигарх Смоленский установил контроль над издательским домом «Коммерсант», купил «Рабочую трибуну» и «Труд». Не отставали и самостоятельные структуры. «Совершенно секретно» А. Боровика прибавил к одноименной газете телепередачу и журнала «Лица», еженедельник «Версия». В борьбу за «Комсомольскую правду» и «Известия» включился «ОНЭКСИМ Банк». До этого контроль над «Комсомолкой» пытался установить «Газпром», вложивший в издание 9 миллионов долларов. Но на собрании акционеров было решено продать акции «ОНЭКСИМу». С осени 1996 года основным инвестором «Известий» выступала нефтяная компания «Лукойл». «ОНЭКСИМ», воспользовавшись скандалом по поводу озвучивания «Известиями» доходов В. Черномырдина, скупала журналистские акции. Журналистам стало проще работать, добычей

информации занимались службы безопасности олигархов, источники в госструктурах, но свобода стала жестко контролируемой³⁶⁹.

Практически все центральные газеты потеряли свой исторический, годами наработанный имидж и статус, подобные изменения прошли в статусе их издателей. На начало ноября 1991 года Министерство печати и массовой информации РФ зарегистрировало 1269 газет, журналов и информационных агентств; более 2200 различных органов массовой информации получили регистрацию в бывшем союзном ведомстве. В 1992 году увеличился разрыв в тиражах массовых газет при общем их спаде. В эти же годы из 40 массовых изданий – 33 потеряли читателей.

В конце 1992 – начале 1993 года российская печать оказалась в состоянии тяжелого кризиса. С переходом к рыночным отношениям (рост цен на бумагу и доставку) возросла стоимость подписки, в результате чего издания теряли своих подписчиков. Так, газета «Труд» сократила тираж на 6 млн экземпляров, «Комсомольская правда» – на 5 млн экземпляров. Наибольшие потери несли бывшие издания КПСС. В условиях развития финансово-экономической инициативы расширяется учредительский состав СМИ: например, учредителем газеты «Куранты» стала Московская мэрия, газеты «Центр Плюс» – префектура Центрального административного округа и редакция журнала «Столица», газеты «Московский комсомолец» – редакционный коллектив. В этих условиях СМИ все больше начинают ощущать зависимость от правительственных и коммерческих структур. В итоге конфликт между законодательной и исполнительной властью, начавшийся в марте 1993 года, привел к разделу российских СМИ на четыре группы. Первая – правительственные СМИ («Российская газета», органы местной администрации, а также местных Советов с преобладанием в них радикальных демократов, которые, участвуя в реформах правительства,

³⁶⁹ См. Засурский И. И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2001. 288с.; Масс-медиа второй республики. М.: изд-во Моск. ун-та, 1999. 270 с.

избегали комментировать негативные последствия этих реформ). Вторая – органы печати Советов, выступавшие за смену правительства. Третья – «демократическая» пресса (большинство формально независимых от государственных структур изданий типа «Известий», «Московских новостей», «Комсомольской правды» и др.), которые с разной степенью критичности поддерживали правительство. Четвертая – так называемые «патриотические» СМИ («Советская Россия», «Литературная Россия», «День» и др.), резко критиковавшие президента и правительство. Раскол произошел и в прессе русского зарубежья, так, например, «Новое русское слово» и «Посев» поддерживали демократов, а «Русская мысль» и «Вече» – патриотическую оппозицию. К середине 90-х годов положение на газетно-журнальном рынке несколько выправилось³⁷⁰.

Борьба за сферы политического влияния в условиях отсутствия политической стабильности в стране, на фоне неразвитой законодательной базы и слабости экономического рынка привели к концентрации информационных ресурсов в руках ограниченного круга политически и экономически заинтересованных лиц и структур власти, это стало условием для их выживания. Российский бизнес рассматривал медиаканалы как коммерческий проект, отказывался от инвестирования убыточных изданий. Общественно-политические изменения, происходившие в жизни российского государства, коренным образом изменили их структуру: усложнились функции медийных каналов, новым содержанием наполнились принципы. Пресса как средство идеологического влияния не стала влиятельной структурой с широкими полномочиями внедрения в сознание масс духовных ценностей, главной оппозиционной силой. Отечественная журналистика оказалась неспособной себя защитить и отстаивать свою самостоятельность. Необходимо было не только обрести свободу, широко ее пропагандировать, но и воспользоваться этой свободой и активно соответствовать ей, заботясь о

³⁷⁰ Овсепян Р. П. Указ.соч. С. 259-260.

связях со своим народом, проявляя сострадание к нему. Сложившаяся ситуация способствовала тому, что массовыми стали физические расправы с журналистами. В. Листьев становится инициатором и жертвой процесса передела влияния на рынке телевизионной рекламы. Были убиты корреспондент «Московского комсомольца» Д. Холодов, редактор газеты «Советская Калмыкия» Л. Юдина, главный редактор «Калуга вечерняя» Л. Богомолов, собкор «Комсомольской правды» В. Кривошеев³⁷¹.

Рыночные отношения требовали равноправия в существовании всех форм собственности, в том числе и медийной. Этим требованиям отвечал принятый в конце 1995 года закон «О государственной поддержке СМИ и книгоиздания РФ». Он регулировал права и свободы СМИ, находившиеся под угрозой ограничения со стороны парламента и политических партий. По мере того как формировался слой крупных собственников, происходила политическая социализация российских предпринимателей, заинтересованных в медийных каналах для своих интересов. Эйфория мнимой свободы закончилась, новая власть жестко и категорично строила свои отношения с прессой, они полностью переходят под начало властных структур. «Концепция «четвертой власти», по мнению И. Засурского, умерла еще до того, как реальные экономические трудности сделали ее экономически несостоятельной, и не в результате политического давления, о недопустимости которого газеты кричат и поныне. Она оказалась мертворожденной»³⁷². Многоуровневая система СМИ становится частью российского истеблишмента. «Пресса – к ноге!» – один из популярных заголовков критических материалов того периода. Преобладание в обществе людей, привыкших лишь беспрекословно повиноваться, жаждущих «твердой руки», стало питательной средой для новой власти и взаимоотношений: власть и медиа. Государственная пресса, имеющая в составе учредителей

³⁷¹ Русская мысль. 1998. 18-24 июня.

³⁷² Засурский И. Указ. соч. С. 60.

органы власти, действовала в системе координат, выработанных предшествующей советской системой требований к прессе: задачи, формы и методы руководства прессой, методы взаимоотношений. По этой же схеме складывались новые отношения прессы и власти, прессы и бизнеса. Таким образом, факты свидетельствуют не о становлении нового государства, новой прессы, не об их рождении после коммунистического прошлого, а «просто о ее химерической метаморфозе и вступлении той «державы», которая рождалась в 1917 году, в стадию деградации и медленного разложения»³⁷³. Современная власть есть прямая преемница социалистической государственности. Советские сакральные элементы в современной России существуют и поныне: мавзолей Ленина, новый гимн на старую мелодию, советский некрополь, над которым на кремлевских башнях продолжают светиться установленные Сталиным рубиновые звезды – магические символы державы, структурирует существующее политическое пространство.

Первоначальные иллюзии самостоятельности средств массовой информации по отношению к интересам крупного капитала рухнули, их существование полностью зависело от владельцев медиахолдинга, они вновь играют подчиненную роль в системе политической интриги. Формирование собственности СМИ находится в активном состоянии, усиливается в период избирательных кампаний федерального и регионального уровня, смены политических лидеров, руководителей властных структур. Диалог между прессой и властью не состоялся. Контроль над ними означает контроль над созданием новых политических мифов, которые в дальнейшем внедряются в массовое сознание. Они, соответственно, влияют на управление мыслями и поступками людей, пресса «желтеет», а «качественная» пресса активно захватывается большим бизнесом.

³⁷³ Синельников Ф. Указ. соч.

Решение проблемы зависит от уровня развитости демократических институтов власти, органически связанных с широкой организацией и активной деятельностью структур гражданского общества. Роль сильного катализатора демократического развития общества объективно закрепляется за средствами массовой информации, задача которых – делать зримым все происходящее в стране от их имени, с их участием. Но российская пресса не смогла дать многообразным общественным группам возможность выразить на их страницах, в передачах свои интересы и находить в конкурентной борьбе компромиссные решения.

Монопольное использование режимом Б. Н. Ельцина средств массовой информации обеспечило правящей политической группировке победу и длительное сохранение ее господства, несмотря на неэффективность социальной и экономической политики. В действие вступил кумулятивный эффект, усиливающееся накопление власти. Печатная пресса 90-х годов не смогла дать многообразным общественным группам возможность выразить на ее страницах, в передачах свои интересы и находить в конкурентной борьбе компромиссные решения. Общественно-правовые организации СМИ стремились освободить их от государственной и частной зависимости. По этой модели предполагалось финансировать СМИ за счет налогов граждан и контролировать общественными советами. Но эти формы работали в отрицательном режиме. Соответственно, ситуация экстраполировалась на политическую жизнь общества, слабо влияла на демократическое насыщение «вертикали власти». Возникли новые формы управления прессой, информацией и конструированием новостей. Например, посредством ужесточения или, напротив, либерализации механизмов регистрации прессы, привлечения их к ответственности за нарушение контроля за содержанием со стороны органов власти, через расширение или сужение возможностей для получения необходимой информации и т.д. В любом случае такое

управление сопряжено с использованием административно-правовых, как прямых, так и косвенных регуляторов.

С образованием медиахолдингов в России чрезвычайно остро встал вопрос о государственном регулировании процесса монополизации негосударственных СМИ. Такое регулирование направлялось не на ущемление их свободы, а на сохранение достигнутого уровня их независимости. Однако возможен, а главное, более креативен подход, основанный на управлении информацией как таковой. Этапы, логика, механизмы такого управления определяются формированием собственного информационного потока, его сегментированием, манипулированием информацией, приоритетной поставкой информации, информационным партнерством, оптимизацией форм и стиля подачи материалов. При этом предполагается, что средства массовой информации являются самостоятельной социальной силой, не зависящей от исполнительной, законодательной и судебной властей. Одновременно они должны оставаться раздробленными по отношению к собственникам, высококонкурентными для того, чтобы не попасть в чрезмерную зависимость от наиболее богатых и организованных социальных групп, чтобы не стать рупором их частных интересов.

Свободная пресса должна обеспечивать реальный доступ граждан к огромным массивам социально значимой информации. Но реалии были таковы: в обществе наблюдалась их оторванность от гражданских интересов, чьи мнения они призваны выражать. Гарантия стабильности демократического государства, укрепления власти – свободная пресса, объективно освещающая события. Общество сталкивалось с явлениями искажения демократических целей и ценностей, их иллюзорностью, формами манипулятивного господства правящих слоев и классов посредством медийных каналов.

Другим сдерживающим фактором явилось стремление некоторых государственных структур полностью контролировать информационные потоки в обществе, используя процесс создания единой национальной информационной сети. В России такую попытку предпринимает Федеральное агентство правительственной связи и информации (ФАПСИ), создающее подвластные государству компьютерные сети, куда предполагается в административном порядке включить всех пользователей информацией. Такое информационное пространство может быть использовано для массовой передачи искаженной в угоду элите информации. Поэтому утверждать, что власть знаний и информации становится решающей в управлении обществом, оттесняя на второй план влияние денег и государственного принуждения, преждевременно. Складывалась многоуровневая система прессы, являющаяся частью нового российского истеблишмента – корпоративных союзов предпринимателей и политики, региональных лидеров. Аналитик И. Дзялошинский выделяет три типа современной российской журналистики: «журналистика управления, представители которой считают главной задачей управлять сознанием и поведением людей; журналистика успеха, журналистика информации, главная задача такой журналистики – не управлять сознанием людей, а успешно продавать информацию; журналистика соучастия, сотрудничества, которая ставит задачу помогать конкретным людям»³⁷⁴. Подобная классификация достойна внимания, но современная рыночная модель общества формирует иные подходы.

Пресса – это информационный продукт, продаваемый и покупаемый, требующий тщательной внешней упаковки. Потребители информации жаждут новостей и сенсаций, информационный рынок достаточно плотно заселен, покупатель выбирает, покупатель торгуется, покупатель ищет нечто

³⁷⁴ Дзялошинский И. М. Информационное пространство России; Журналистика соучастия: как сделать СМИ полезными людям. М., 2006. 104 с.; Коммуникационные стратегии социальных институтов в медиaprостранстве России. Дисс. д-ра филол. наук. М., 2013

новое, оригинальное, эксклюзивное. Переход в другое качество требует новых форм и методов подачи, формирования источников информации, введения в обиход категорий темпа, скорости. Этот переход требует четких институциональных основ СМИ. Они же являли собой нечто аморфное и размытое, не выступали в роли компетентного, самостоятельного политического института. Рациональная модель печатной прессы, рассчитанная на убеждение людей с помощью информирования и аргументации, построенная в соответствии с законами логики, практически отсутствовала. Если в других странах эта модель соответствовала сложившемуся менталитету и культуре людей, то в российском обществе 90-х годов Сегодняшняя пресса – это власть? Ответ на этот вопрос публициста Л. Жуховицкого категоричен: «Конечно. Причем в гораздо большей мере, чем раньше. Прежде «четвертая власть» была лишь тенью первой, главной и единственной. Раньше печать была при власти. Любая власть – это возможности и ответственность. Свои возможности журналисты уже почувствовали и научились пользоваться ими. Ответственность для многих – понятие пока еще достаточно абстрактное»³⁷⁵. Но мнить себя сверхвластью – это отсутствие чувства меры в осознании и реализации свойственного журналистике «гнета власти», очевидное проявление недостатка общей, политической и информационной культуры, юридической некомпетентности. В подобной интерпретации, по мнению, Е. Прохорова, «прослеживается ложное понимание места СМИ в обществе, грубое неуважение к иным, в том числе государственным властям и, что особенно опасно, – не только пренебрежение «полиархии» в обществе делиберативной партиципарной диалогической демократии, но и отрицание их. А это – грозная опасность для демократии вообще»³⁷⁶.

Исследователь И. И. Засурский высказывает предположение, что могут существовать средства массовой информации, задачей которых является

³⁷⁵ Жуховицкий Л. Буду печататься и дальше // Журналист. 1996. № 3. С. 4.

³⁷⁶ Прохоров Е. П. Указ.соч. С. 44.

только удовлетворение потребностей населения в информации. «Но это предположение действительно утопично, так как не существует идеального рынка информации»³⁷⁷. Поэтому одной из главных предпосылок демократизации должны выступать СМИ, стремящиеся работать в режиме демократической российской модели. Коммунистическая теория прессы категорически не вписывалась в «рыночную» концепцию, а теория прессы новой политической формации, по сути, не была создана. «Получатели сообщений превращаются в толпу в том смысле, что они могут лишь пассивно воспринимать сигналы от «коммуникатора-суггестора», – считает С. Кара-Мурза³⁷⁸. Манипуляторы сознанием делали немало для достижения своих целей, так как располагали различными средствами, получаемыми из корпоративных и правительственных бюджетов. По мнению Г. Шиллера, «они не смогли предотвратить рост (по крайней мере, у части населения) понимания истинной сути существующей системы»³⁷⁹. Эту точку зрения поддерживает С. Кара-Мурза: «Манипуляция несовместима с диалогом и общественными дебатами. «Перестройка» в СССР стала беспрецедентной по эффективности программой манипуляции – все СМИ были в руках одного центра и подчинялись единой программе»³⁸⁰.

Бурное развитие общества привело к появлению и значительному обострению конкуренции между коммерческими структурами. Чтобы опередить конкурента компании, прикладывают массу усилий. Зачастую, чтобы ослабить конкурента, компании развязывают информационные войны, используя при этом безграничные возможности прессы. «Информационные войны» формируются одинаковыми эмоциональными воздействиями, минуя средства защиты, основанные на логике. В случае быстрого и массового перепрограммирования народа, нации эти приемы, имеющие эмоциональную

³⁷⁷ Засурский И.И. Указ. соч. С. 59.

³⁷⁸ Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: ЭКСМО-ПРЕСС, 2001. С. 831.

³⁷⁹ Шиллер Г. Указ. соч. С. 201.

³⁸⁰ Кара-Мурза С. Г. Указ. соч. С. 276.

окраску и принадлежащие таким сферам, как массовые культура, искусство, религия, являются наиболее эффективными. Поэтому для решения задач по перепрограммированию населения упор делается на представителей этих структур. Медийный многоканальный жанр «информационные войны» был направлен на манипулирование общественным мнением. «Информационные войны» – явные и скрытые, целенаправленные информационные воздействия. Цель их ведения – изменение мышления стороны, на которую направлено воздействие, и получение более выгодного положения, защита собственного информационного пространства от нападения. Они близки к связям с общественностью, но схожи только на этапе реализации целей, сами эти цели принципиально различны, так как их цель – компрометация, разрушение имиджа, статуса конкурента, предполагающая формирование нужной заказчику информационной атаки, снаряды которой – мифы, а исполнитель – пресса. Информационные войны способствовали ослаблению позиций конкурента, вплоть до его полного разорения. Объектом информационных атак становились юридические лица, персонал компаний, особенно их руководители. Другие цели, которые обычно преследуются ведением информационных войн, – побуждение атакуемого объекта к выгодному для агрессора действию или бездействию, а также дестабилизация или полная парализация деятельности «мишени». Такие формы информационных войн представляют наибольшую угрозу для объектов нападения, поскольку своевременное выявление их истинных целей максимально затруднено. Анализ приемов и методов воздействия позволяет выделить основные направления ударов при ведении «информационных войн»:

- воздействие на сознание основано на убеждении людей, необходимой составной частью которого является обращение к разуму людей, учет реальной обстановки;

- эмоциональное воздействия (слухи³⁸¹, вирусный маркетинг или «сарафанное радио»);³⁸²
- «я как все», стадное чувство принадлежности к определенной общественной группе, стимулирующей подчинение лидерам;
- компромат на территории советского и постсоветского пространства был эволюционизирован в понятиях «донос» (30–40-е годы прошлого века), «самиздат» (60–70-е годы); «гласность» (80-е годы)³⁸³;
- «оперативная память». Человек не успевает перерабатывать массив данных, и его оперативная память ограничена, избыточную информацию он воспринимает как шум. Поэтому важную роль играют простые формулировки, повторение, закрепление определенного набора положений, лозунгов, призывов;
- «приклеивание мифологем-ярлыков» (враг народа, оборотни в погонах, золотая молодежь, дерьмократы и др.);
- «сияющее обобщение», использование эмоционально и положительно окрашенных метафор (все лучшее – детям, увидеть Париж и умереть, все дороги ведут в Рим и др.);
- «кража лозунгов и символов» (после оккупации Парижа гитлеровцами на Эйфелевой башне вместо рекламной надписи «Ситроен» Геббельсом была водружена буква «V»; во Владивостоке на пьедестале

³⁸¹ Исследователь Б. Борисов дает следующее определение слухам: «Слухи – это реакция на дефицит правдивой и актуальной информации. Отсюда и богатство оттенков, связанных с понятием «слух» – молва, пересуды, толки, кривотолки, сплетни. Типология слухов предполагает их две разновидности – стихийные официальные и неофициальные; организованные, контролируемые очагами власти знания» (Борисов Б.Л. Технология рекламы и PR. С. 364).

³⁸² Олпорт Г. Становление личности. М.: Смысл, 2001. 462 с.; Шерковин Ю. А., Назаретян А. П. Слухи как социальное явление и орудие политической борьбы // Психологический журн. 1984. № 5. С. 41-51; Рощин С. К. Психология толпы: анализ прошлых исследований и проблемы сегодняшнего дня // Психологический журнал. 1990. № 5. С. 3-16; Шибутани Г. Социальная психология. М.: Прогресс, 1969. 535 с. и др.

³⁸³ Б.Борисов дает следующую классификацию оттенков этого явления: «стукач», «сексот», «негласные помощники», «поступил сигнал», «оперативная информация», «источник», «фигурант агентурного сообщения». Примеры компромата, широко транслируемые СМИ: падение Ельцина с моста, чемоданы компромата Рущкого, человек, похожий на прокурора - Борисов Б. Л. Указ.соч.. С. 365.

уничтоженного памятника адмиралу Завойко была установлена скульптура большевика С. Лазо; памятник Ленину в Костроме установлен на пьедестале, предназначенном для мемориала «К 300-летию дома Романовых», использование плакатов советского периода в сети столовых «Копейка» и др.);

- прием «барража», или «красная селедка» – способ увода от политических и экономических реалий (разводы «звезд», отдых олигархов и др.);

- прием дозировки объемов правды, освещение событий по принципу «информационной драпировки», то есть высвечивание части складок и сокрытие части других (предвыборные кампании политиков);

- прием трансфера, или переноса, побуждение к ассоциациям с кем-то или с чем-то («бледная с косой и с клюкой» – Ю. Тимошенко, примадонна российской эстрады);

- прием свидетельства, цитирование некоей личности в зависимости от ее положительной или отрицательной репутации (О. Бендер: «Утром деньги, вечером стулья», Б. Н. Ельцин: «дорогие россияне»);

- «фургон с оркестром», прием гиперболизации эмоциональных аргументов (пропаганда здорового образа жизни, отдельного питания);

- игра в простонародность (горбачевское «углубить» исчезло после путча, освещение фактов финансовой помощи кандидатов в депутаты детским домам, детям из многодетных семей и др.).

Для любой информационной системы безопасно оперировать той информацией, механизмы обработки которой уже существуют. Эффективная «информационная война», с активным использованием мифотворчества, в период правления Б. Н. Ельцина, изменяла поведение противоположной стороны на желаемую.

Главная проблема создаваемого демократического общества – создание эффективно работающих медийных каналов. Состояние российской прессы

90-х годов можно характеризовать как кризис перехода от одного общественного состояния к другому, которое характеризуют следующие черты: копирование, заимствование чужого опыта, конфликтогенность, насильственность, оторванность от народных масс. Главные препятствия на пути их успешного реформирования заключались в том, что переход к политическим реформам в условиях не только не завершенных, но и не начатых экономических и социальных преобразований, имел своим результатом чрезмерное ослабление государственности, базовых устоев общественного порядка. Ослабление происходило постепенно, не сразу, но после политической реформы достигло уровня, опасного для общества. «Все изменения в организации власти, происходившие при либерализации коммунистического режима и после его ликвидации, были не результатом реализации продуманного стратегического замысла, а ответом на сугубо ситуативные потребности, конъюнктуру политической борьбы», – утверждает И. М. Клямкин³⁸⁴. В этих изменениях прослеживается своя логика. Преобразования государственных институтов определяли вектор эволюции прессы в обществе; функциональную способность (или неспособность) традиционных изданий решать новые задачи; транслировать политические интересы отдельных групп и лидеров; унаследованную политическую культуру. Острота и глубина кризисных процессов российских средств массовой информации была обусловлены еще тем, что российское государство долго уклонялось от решения проблем, вставших перед человечеством еще в 40–50-е годы. Именно тогда мировая цивилизация подошла к новой фазе развития, эпохе постиндустриального, информационного общества. Исследуемые факты позволяют утверждать, что СМИ не ставили своей задачей объяснения порядка вещей, внесения некой ясности в понимание политической ситуации, толкования представлений о том, как она сформировалась и существует, каково место человека в ней.

³⁸⁴ Клямкин И. Российская власть на рубеже тысячелетий // Pro et contra. Том 4, № 2, Весна. 1999. С. 63-64.

Опираясь на конкретные исторические события и экономические преобразования, исследователь И. И. Засурский выделяет четыре периода в новейшей истории российских средств массовой информации.

Первый период, с 1986 по 1990 гг., до принятия Закона о печати, время гласности, перестройки и окончания Афганской войны, когда независимой прессы в принципе не было (за исключением диссидентской). Среди журналистов поддерживается миф о независимости прессы, наблюдается рост популярности и тиражей.

Второй 1990-й – начало 1992-го года – «золотой век» российской печати, «первой приватизации» СМИ. Политическая борьба не прекращается, но пресса получает в собственность помещения, технику. Пресса выступает в роли союзника Б. Н. Ельцина, подтверждает статус 90-х годов как единственной опоры власти. Новые СМИ используют модели и формы западной журналистики, стараются отделить информацию от комментария, строят газеты по принципу тематических полос. Провозглашались свобода прессы, ее независимость, гласность, ее стали называть «четвертой властью».

Третий период – 1992–1996-й – годы формирования новой российской системы СМИ. Этот период он разделяет на три этапа: 1992–1993-й – время политического противостояния и первых экономических трудностей; временная политическая стабилизация с 1994-го до середины 1995 года; с середины 1995-го по середину 1996-го года – активизация политизированного капитала и формирование пропагандистской системы перед президентскими выборами 1996 года.

Четвертый период – до середины 1998 года – начинается после президентских выборов. СМИ становятся основной средой политической коммуникации. Роль печатной прессы падает, а телевизионной возрастает. Идет формирование медиа-политической системы. Медиатизация

социальной жизни является естественным процессом в обществе с отсутствующими социальными институтами³⁸⁵.

Стратегию прессы можно обозначить как попытку формирования потерянного доверия граждан к власти. Следует также отметить введение в научный оборот обозначение СМИ как «масс-медиа», «медийные каналы». Согласно этимологии масс-медиа – это некий медиатор, посредник, среднее звено между СМИ и властью, занимающие важное место в деятельности политических и экономических институтов. Инвестиции власти в массу производятся посредством СМИ (масс-медиа, медийных каналов), осуществляющих однонаправленную коммуникацию, формирующих и навязывающих желание, проявляя себя как реактивные силы.

ВЫВОДЫ. Номенклатурная революция 1991 г. знаменовала собой крах авторитарно-бюрократической системы и распад СССР. Если провести аналогии между социальными изменениями в 1917–1918 годы и в 1991–1993 годы, то в 1917 году произошла радикальная ломка старого уклада и началась принципиально новая историческая эпоха для России, «смена «держав». «Во время ельцинской же «бескровной революции» смены «держав» не произошло, принципиально другой идеологии выработано не было

Б. Н. Ельцин, находясь в пределах старого милленаристского мифа, не испытывал потребности в поиске мифоосновы для своей идеологии, он просто придал старому милленаристскому мифу новый вид, оказавшись на короткое время «творцом», ремейкером-трикстером новой идеологии. С начала тысячелетия и по сей день идет процесс политического бриколажа. Политические мифы рождаются, умирают, но ни один из них не получает «логического» (научного) оформления – ни один не вырастает в мифологию.

Рождение мифологем «свобода слова», «гласность» были следствием принятого в октябре 1991 года закона «О средствах массовой информации»,

³⁸⁵ Засурский И. И. Указ. соч. С. 24-34.

трактуемого как самый либеральный закон в России. Пресса активно внедряли в сознание граждан образ демократического вождя, сопровождая уточнением «Ельцин – это свобода слова». Миф «свобода прессы» был вытеснен мифом – «олигархическая медиакратия». Политическая реальность в российских средствах массовой информации была доведена до того уровня, на котором реальность становится для журналистов постигаемой, включенной в собственный порядок вещей, а политические мифы конституируют социальное и политическое пространство, так как формы демократической власти не представляются без сакрального мышления. Механизмы сакрализации были направлены на упрочение действующей политической структуры. Смысл новых мифов выступал как латентный и зависел от политического момента. Мифотворчество, представляемое прессой, декларировало свободу создания свободного общества свободных людей, а содержание каждый раз конкретизировалось в зависимости от тех социальных условий, в которых они использовалась, учитывая то, что идеологические представления коренятся в глубинах человеческого подсознания. Ситуацию образно характеризуют заголовки профессиональных журналов «Журналист» и «Профессия – журналист»: «В обнимку с гласностью», «Деньги не пахнут», «Время халявщиков», «Информационные киллеры» и др. На слуху «медийные герои», «акулы пера» и «звезды ящика».

Печатная пресса воспринимались как территория личностей: Е. Яковлев, А. Коротич, Б. Третьяков и др. Их образы внедрялись в сознание масс как сложное и многомерное порождение их индивидуальной психики и творчества. Убийство «героя», телекомментатора В. Листьева, которое впервые в российской истории рассказывали и показывали все медийные каналы, преподносилось как национальная трагедия. Так зарождался миф «о свободном журналисте». Таким образом, факты свидетельствуют не о становлении нового государства, новой прессы, не об их рождении после

коммунистического прошлого, а о метаморфозе и вступлении той «державы», которая рождалась в 1917 году, в стадию деградации и медленного разложения. Современная власть есть прямая преемница социалистической государственности, сакральные элементы в современной России существуют и поныне, структурирует существующее политическое пространство. Получатели сообщений превращаются в толпу, они могут лишь пассивно воспринимать сигналы от «коммуникатора-суггестора». Манипуляторы сознанием делали немало для достижения своих целей, так как располагали различными средствами, получаемыми из корпоративных и правительственных бюджетов. Но они не смогли предотвратить рост понимания истинной сути существующей системы, так как манипуляция несовместима с диалогом и общественными дебатами.

4.2. Современные медиа: новейшие мифологические интерпретации

На всех этапах существования человечества миф был востребован там, где знания не могли дать удовлетворительного объяснения того или иного явления или процесса. Демократические преобразования 90-х годов способствовали усилению традиционной мифотворческой составляющей медийных каналов. Новая власть оказалась немошна в плане «мифологизирования» государственности, которой она никогда не занималась, так как за идеологическую составляющую в советское время отвечала компартия. Обновленные мифологические интерпретации выступали как одно из средств «подтягивания» реальности до желаемого уровня, позитивного или негативного. Это стало необходимым в силу разных причин: задач идеологического манипулирования, воодушевления, убеждения масс в необходимости, правильности и возможности осуществления каких-то целей, уверенности в своих силах и т.д..

Дальнейшее развитие мифотворчества имело ряд оснований: с одной стороны, само общество в его современном состоянии создавало

возможность для успешного внедрения новейшего мифа, с другой – традиционный социально-политический миф, транслируемый средствами массовой информации, являлся одним из эффективнейших методов ведения борьбы за экономические и политические ресурсы, вследствие чего он активно используется властью, коммерческими организациями, участниками политических процессов.

Сознательная деятельность деструктивных сил привела в 90-е годы к криминализации экономической жизни, к «черной» приватизации, к беспрецедентному разрушению промышленного и аграрного производства, к резкому социальному расслоению населения, к ослаблению государственной власти, к утрате прежних позиций великой державы. В этой связи проявился особый интерес к использованию мифа как политической технологии, области практического его применения в реальной политике. Российская политическая элита понимала, что без мифотворчества обеспечить легитимность власти невозможно, угроза ее стабильности будет существовать до тех пор, пока элите не удастся выдвинуть Большой мифологический проект, который примет и в который поверит большинство населения. В качестве выразительного средства при адекватном и умеренном его использовании мифотворчество откроет широкие возможности для выражения личной и гражданской позиции власти, журналистов, эмоционального, убедительного отображения объективных явлений действительности. Предполагалось, что новейший миф будет выполнять следующие функции: аксиологическую (ориентация на ценности, транслируемые мифом), интегрирующую (объединение индивидов в социум), компенсаторную (функция утешения), мировоззренческую (формирование миропонимания), нормативно-регулятивную (воздействие на поведение), иллюзорно восполнять практическую нехватку знаний при необходимости объяснения непонятных явлений общественно-политической жизни. Их реализация в обществе должна носить как позитивный, так и

негативный характер. В итоге в обществе использование функциональных особенностей мифотворчества имело деструктивные последствия для духовной культуры всего социального организма, разваленного и разграбленного советского общества³⁸⁶. К концу существования СССР за 1961–1991 гг. уровни преступности, числа выявленных правонарушителей и осужденных существенно разошлись. Условно принимая процент выявленных правонарушителей и осужденных за некие индикаторы социально-правового контроля над преступностью, можно сказать, что он снизился более чем в три раза. Это произошло в стране с традиционно жестким контролем над поведением, деятельностью и даже мыслями людей. Именно в этот период серьезного ослабления государственности в условиях идеологического и нравственного безвременья и началась обвальная криминализация практически всех общественных отношений³⁸⁷.

В качестве знаковой фигуры миф всегда имманентно присутствует в культурном пространстве общества, в сознании каждого человека. При этом кризис идентичности, существенный признак кризиса социальной системы, связан с кризисами национального мировоззрения, которое без мифов теряет свою жизнеспособность. Его составляющие: потеря исторической памяти, забывание национальных мифов, разделение их на отдельные архетипические сюжеты. Традиционное советское мифологическое мировоззрение не покинуло политическое пространство. На смену ему («советский народ», «общество всеобщего равенства», образы могущественного внешнего врага – капиталистического мира с его

³⁸⁶ В справочнике Состояние и тенденции преступности в Российской Федерации: Криминологический и уголовно-правовой справочник / НИИ проблем укрепления законности и правопорядка при Генер. прокуратуре РФ; ВНИИ МВД России, Департамент уголовного розыска МВД России; под общ. ред. А. Я. Сухарева, С. И. Гирько. – М.: Издательство «Экзамен», 2007. — 383 с., содержатся сведения о преступности в России с 1997 по 2007 года.

³⁸⁷ Лунеев В. В., Мацкевич И. М., Нечевин Д. К. / Проблемы отечественной преступности: статистика и реалии // ЕврАзЮж. Уголовное право и криминология. № 1 (32). 2010 г.

эксплуатацией человека человеком и др.) пришли новейшие мифы. В конце 90-х годов на здании КГБ на Лубянке была восстановлена мемориальная доска Ю. В. Андропова, на Кутузовском проспекте – Л. И. Брежнева. В подмосковном Дзержинске был открыт памятник руководителю ВЧК. Населенные пункты в РФ, районы и улицы по-прежнему носят имена советских политических деятелей. Две области продолжают носить имена Ленина и Свердлова. Десятки российских городов носят имена вождей: Маркс, Энгельс, Дзержинский, Куйбышев, Калинин, Киров, Ногин, Чапаев, Буденный, Артем, Кингисепп, Тольятти и др.

Преемственность советской идеологии у новой власти прослеживается и в такой важной сфере общественной жизни, как праздники. Драматические события февраля 1918 года, когда социалистическое отечество было в опасности, лежат в основе одного из главных государственных праздников РФ – 23 февраля, «День защитника Отечества». В массовом сознании граждан этот праздник прочно ассоциируется с пролетарским, советским военным наследием. День Победы утвердился в роли главного государственного праздника РФ. День Победы – праздник другого государства – СССР, которое уже перестало существовать. Превращая День Победы в главный государственный праздник РФ, ее политическая элита продемонстрировала свою духовную политическую преемственность от советского строя. Культ событий 1941–1945 годов стал главной темой в исторической части государственной идеологии РФ, обновленной ритуалом «Бессмертный полк». Перенос ноябрьских праздников с 7-го на 4-е (День народного единства) ноября мало что поменял в идеологическом плане. «В обществе на уровне его коллективного бессознательного праздничный Ноябрь прочно увязался со смыслами революционности. «7 Ноября» был оставлен как «памятная дата», с прежним названием (День Октябрьской социалистической революции). В этот день проходят военные парады, убедительно доказывая, что новая власть не желает менять акценты

смысловой значимости первых дней ноября. Значимые исторические жесты новой власти – август 1991-го и сентябрь 1993-го. 22 августа – День государственного флага, но он даже не объявлен нерабочим днем, не говоря о том, что он не стал новым главным государственным праздником РФ»³⁸⁸.

Таким образом, несмотря на кажущиеся радикальные перемены, которые потрясли страну в 90-е годы, общество продолжало жить в старых идеологических установках и координатах. Изменились некоторые элементы экономики, общественные предпочтения и моральные ценности, но мифосоставляющая государственности новой России осталась прежней.

Медиа всех уровней настойчиво и целенаправленно убеждали российских граждан в бесперспективности идеологии пролетариата, в обиход вошли и заняли ведущее место «потребительские» мифы, упрощающие реальность, нивелирующие противоречия, уводящие от действительных проблем. Новейшая мифологическая символика внушает человеку познавать мир, не руководствуясь собственным опытом, не используя свои интеллектуальные способности, а с помощью определенных шаблонов, чтобы, не задумываясь, дать оценку событию, определять свое поведение в обществе. Рассмотрим некоторые из них.

Миф «рынок решает все» транслировался всеми медийными каналами. Рынок, как любое социально-экономическое явление, противоречив, содержит в себе и ряд негативных характеристик. Тенденция к установлению равновесия, заложенная в рыночном механизме, прокладывает себе дорогу через постоянное нарушение равновесия. Результатом стихийного характера этого процесса являются значительные потери общественного труда. Стихийное колебание цен имеет следствием неустойчивость положения участников производства. С понижением цены определенное количество

³⁸⁸ См.: Синельников Ф. Циклы российского великодержавия и современность. [Электронный ресурс]//<http://perehodjournal.ru/leto-2011/f-dor-sinelnikov-tsikli-rossiyskogo-velikoderzhaviya-i-sovremennost>

производителей выталкивается из данной отрасли. Это означает разорение, а для рабочих – безработицу. Российский рынок не обеспечивает перераспределение дохода между бедными и богатыми, он благоприятствует экономически сильным группам потребителей, в то время как экономически слабые (пенсионеры, инвалиды, молодежь и др.) не могут обеспечить свои первостепенные потребности. Заголовки газетных текстов убеждали, что «Экономика, основанная на частной собственности, является более эффективной, чем основанная на государственной собственности»; «Рынок является идеальным регулятором экономики»; «Роль идеального регулятора экономики может выполнять абстрактное государство», «Успех развития страны зависит от успешного перехода на траекторию развития западной цивилизации» и др. Миф «рынок решает все» просуществовал недолго, будучи не подкрепленным соответствующими изменениями в хозяйственном механизме, его правовом регулировании, полностью игнорирующем социальные аспекты жизни людей, разрекламированный миф привел к полной дезорганизации производства, росту безработицы, к страданиям людей. Все, кто не разделял радикальные рыночные ценности, шельмовались, оплеывались, подвергались остракизму, их позиция рассматривалась реформаторами как непонимание, отсталость, слепота.

Миф «приватизация». Российское общество не забыло и не простило работникам отечественной медиасферы активной трансляции мифа «приватизация». Аналитические статьи, репортажи, заметки, интервью с создателями, идейными вдохновителями «приватизации» Е. Т. Гайдаром, А.Б. Чубайсом и др. не сходили со страниц газет. Составляющая этого мифа мифологема «ваучер» была возведена на вершины пропагандистского Олимпа. В результате приватизации значительная часть государственного имущества России перешла в частную собственность. СМИ не только не оказались на стороне обиженных, ограбленных граждан России, но даже не проявили к ним сострадание, направив все усилия на защиту своих новых

хозяев. Именно в этом следует видеть исток нынешнего недоверия россиян к печатному слову.

Мифы «вымирание российских граждан», «демографическая яма». В российских медиа шла систематическая трансляция и нагнетание мифов о вымирании России. Событийным, информационным поводом стали события ноября 1992 года: общий прирост населения стал отрицательным, началось его вымирание. За период 1992–2002 гг. сокращение численности населения составило 3 158 901 человек, изменилась возрастная структура населения, общество продолжало стареть. Общий коэффициент рождаемости достиг беспрецедентного минимума 8,3 в 1999 г., но затем начал повышаться, достигнув в 2003 г. величины 10,2.

Миф «лихие 90-е». Тенденция исследуемого периода – повышение общего уровня преступности, криминализация общества. Об этом свидетельствуют данные МВД России, опубликованные Госкомстатом РФ. Наиболее значительным рост преступности был в периоды обострения кризисных явлений в социально-экономической жизни общества в 1990–1993 и 1998–1999 годах. Все средства массовой информации транслировали тексты, фотоматериалы самых разнообразных жанров, романтизировали воровскую романтику, шансон, активно вводили в оборот воровскую лексику («в натуре», «накрыть поляну», «забить стрелку», «бабки», «крышевать» и др.). Журналисты, описывая события арготическими словами, невольно поддавались романтике «блатняка», с симпатией писали об уголовном мире, его морали, пропагандировали законы субкультуры. В восприятии этих текстов срабатывал эффект Ф. Ницше: «Если ты долго смотришь в бездну, то бездна тоже смотрит в тебя».

Миф «голод». Транслируемая СМИ ситуация с нехваткой хлеба и зерна, валюты для закупок опровергалась реальными цифрами балансов продовольствия. Наличие доступных продовольственных ресурсов в стране в 1991–1992 годах было рекордным, вдвое превышающим потребности. О

голоде, нехватке зерна и хлеба и речи не было. В 1991–1992 годах были просубсидированы закупки за государственные средства продовольствия внутри России и за рубежом, реализованные гражданам нашей страны и других стран, но не по субсидированным ценам.

Отдельную группу новейших мифов составляли те, которые в той или иной степени сохраняли свое прогностическое влияние (мифы о «развитом социализме», «коммунистической идеологии», дружбе народов, о демократии, государстве всеобщего благосостояния, плюрализме и конкуренции, о «красных», ставших «красно-коричневыми», миф о «Москве, мыслящей категориями Садового кольца», о регионах, «живущих подачками Москвы» и других³⁸⁹.

Миф – «страшилка» об угрозе коммунизма, транслируемый прессой, использовался как средство запугивания обывателя, как средство борьбы с оппозицией, со всеми теми, кто ратует за принцип социальной справедливости.

В процессе внедрения большая часть новейших мифов терпела поражение, общество их попросту отторгло. Обществом не был принят миф копирования чужого опыта США, Германии, Японии, Аргентины и т.д., «шоковой терапии», успешно проведенной в Венгрии, Польше, Чехии. В этих мифах, созданных на основе мифа «свой – чужой», реформаторы системы свои экономические пристрастия перенесли в плоскость мировоззрения. По определению исследователя Г. В.Осипова, это был тот же большевизм, но с отрицательным знаком. Исследуя «миф о превосходстве одной нации над другой», он справедливо утверждал, что «подобная трактовка ведет к полному отбрасыванию элементарных норм морали и гуманизма»³⁹⁰.

³⁸⁹ Осипов Г. В. Социальное мифотворчество и социальная практика. М.: НОРМА, 2000. 543 с.

³⁹⁰ Осипов Г.В. Указ. соч. С. 6.

Процессы мифотворчества и мифологизации как бы имитировали прозрение, оставаясь при этом упрощенной копией предшествующих мифов. Миф отзеркаливался, меняя местами существенные детали своего первоначального образа. Исследователь Н. И. Шестов считает, что «современная политическая ритуальность автоматически копирует зарубежные образцы либо национальную архаику, не фундаментальные принципы технологии мифотворчества, а технологические нюансы составляют ту решающую часть в технологии мифотворчества различных политических сил, которая практически воздействует на современное течение политического процесса»³⁹¹.

Ситуация, сложившаяся в обществе, поднимала значимость, влияла на устойчивость исторических мифов. Описание Красной площади, данное С. Московичи, передает описание сакрального места для «встреч» с богами в древних цивилизациях или жертвоприношений. «Расположенная в центре города, с одной стороны ее ограничивает Кремль; это бывший религиозный центр, где раньше короновались цари, стал административным центром советской власти, которую символизирует красная звезда. Ленин в своем мраморном мавзолее, охраняемом солдатами, придает ей торжественный характер присутствия увековеченной Революции. В нишах стены покоятся умершие знаменитости, которые оберегают площадь, к ним выстраивается живая цепь, объединяющая массу вовне с высшей иерархией, заключенной внутри. В этом пространстве в миниатюре обнаруживает себя вся история, а вместе с ней и вся концепция объединения народа»³⁹².

Новейшие мифы, выполняя определенные функции в коммуникационном пространстве, видоизменялись и по законам «антимифа» низводились до уровня «черно-белого упрощения», формировались в пылу борьбы со старыми догмами, не корректно, с

³⁹¹ Шестов Н.И. Указ. соч. С. 48, 141.

³⁹² Московичи С. Указ. соч.. 115 С.

помощью фальсификаций. Исследователь С. Кара-Мурза приходит к выводу, что «светлые» мифы» в совокупности сложились в большую метаидеологию современного западного общества, которую принято называть «евроцентризм». Технологический миф состоит в том, что именно западная цивилизация создала культуру, философию, право, науку и технологию, и они доминируют в мире. Миф о гуманизме и правовом сознании Запада включает в себя положения о том, что вся метафизика, идеологическая подоснова Запада связана с кальвинистской идеей о предопределенности. Мифы евроцентризма оберегаются идеологами, они важнее для всей интеллектуальной базы рыночной реформы, чем собственные, отечественные мифы, и тщательно внедряются в сознание граждан»³⁹³.

Исследователь Н. И. Шестов констатирует проблему полного провала демократического мифотворчества: «Перед народившейся в 90-е годы российской политической наукой проблема отношений сущностей «политической идеологии» и «политического мифа» встала в практической плоскости. Шли реформы, ломавшие заведенный порядок общественной жизни, и ученые должны были объяснить обществу, что оно имеет в активе: целостную реформационную идеологию или неустойчивый комплекс мифологем «тотальной демократизации»³⁹⁴.

Для того чтобы стать действующим элементом политического процесса, конструирование новейшего мифа должно было соответствовать обстоятельствам исторического момента. Для практического и универсального применения этой схемы, «объясняющей воздействие мифа на массовое сознание и на деятельность политических институтов, существовало одно препятствие: исследователь, превративший ее в инструмент политического анализа, должен быть априорно согласен с тем, что «техника» мифотворчества принципиально едина и в тоталитарных обществах, и в демократических, несмотря на то, что политический процесс

³⁹³ Кара-Мурза С. Указ. соч. С. 207-227.

³⁹⁴ Шестов Н. И. Указ. соч. С. 87.

развивается по различному сценарию»³⁹⁵. Такой подход реален, но при условии, что социально-политический миф рассматривается как явление надисторическое, допускающее разнообразие форм, при отсутствии интереса к исторической фактуре.

Подобные обстоятельства не учитывались, техника конструирования мифов выглядела зависимой от политического развития, сказывалось отсутствие общепризнанных, объединяющих общество целей. В качестве таковых выдвигались ряд национальных, государственных идей, вокруг которых предполагалось вызревание общенациональной идеи. Но при этом ни один из предложенных официальных мифов не в состоянии был в ближайшее время принять на себя в полном объеме функцию ядра новой общественной идеологии. Гипотеза А. Цуладзе в отношении современных мифосхем, используемых в процессе мифологизации, такова: миф как политический инструмент, миф и преемственность власти, технология создания мифов, героизация и дегероизация в мифе, «теория заговора» как технология конструирования мифов, миф и «теория конвергенции», миф и политический спектакль, миф и террор, миф и пропаганда. Безусловно, эта схема представляет научный интерес, но вне поля зрения исследователя остаются исконно русские мифологемы. Политические процессы в обществе совершались как бы в двух измерениях: реальном и мифическом, при этом активность мифического процесса намного превышала интенсивность зримых перемен, одной из основополагающих составляющих современного мира. Более того, новейшие мифы становились более притягательными, чем существующие, наряду с реальными появляются новые небосводы и олимпы со своими богами и героями. Это обстоятельство объективно поддерживало в среде отечественных интеллектуалов интерес к «западным» политико-философским интерпретациям мифогенеза, мифоактивности в политическом процессе, к проявлениям политического мифотворчества. Задача отыскания

³⁹⁵ Указ. соч. С. 139.

устойчивых мифов реформаторами признавалась достаточно смутно «лишь в силу того, что сплочение изолированных агентов в политике тем сильнее, чем больше они объединены символически, а значит – могут конституироваться как группа (сила, способная признать себя в политическом поле). Практичной до сих пор признавалась только инструментальная сторона политического мифа без опознания самого мифа»³⁹⁶.

Новейшая мифология в своем активе имела не только образно-эмоциональные комплексы, она тяготела к усложненной мотивировке. Люди не одинаково реагируют на определенные обстоятельства, мифы держат их в повиновении. Когда удастся внедрить их в сознание масс, они обретают огромную силу, а индивидуально-психологические особенности оказывают влияние на разные ситуации. Таким образом, основу хаотичного, неосознанного, бессистемного формирования мифов, рождения новых демократических парадигм составляли вечные мифы. Вопрос состоял в том, во имя каких идеалов они реализуются и как соотносятся с объективным ходом развития общества. Идеалы и объективный ход развития общества были порушены. В российском обществе и поныне не сформирована национальная идея.

Разумное использование новейшего мифа» предполагало его положительное влияние. Именно он издавна спланировал общественные группы, воздействуя на социальную динамику. Например, позитивная мощь «целеполагающего мифа» способна раскрыть человеческую природу, механизмы общественной эволюции, содействовать перенастраиванию общественного бытия, регулированию внутренних социальных связей, раскрытию глубочайших значений этических норм, ставить перед человечеством высокие цели. Национальная идея может стать противоядием для «черных», «серых» мифов, вводимых в сознание масс медийными

³⁹⁶ Кольев А. Н. Указ. соч. С. 316-317.

каналами. Через позитивные новейшие мифы, ориентиры которых демократические преобразования общества, власть должна была найти поддержку у населения в вопросах проводимой внешней и внутренней политики. Это подтверждают положения Б. Малиновского, что миф «постоянно рождается снова; каждая историческая перемена производит свою мифологию, которая только косвенно связана с историческим фактом. Миф является своего рода постоянным побочным продуктом живой веры, которая нуждается в чудесах; социальных устоев, которые требуют прецедента; морального закона, который требует оправдания»³⁹⁷. То есть, если массовые революционные движения спровоцированы желанием каждого улучшить жизнь, логикой мифа об этой лучшей жизни и соответствуют ранее установленным фактам, то мифотворчество бессмертно. Другой вопрос, как оно используется.

Если исходить из объекта мифа, того, на кого направлена политическая мифология, то новейшие мифы можно дифференцировать по признакам: половозрастным, этническим и религиозным. По предмету мифологизации: политические, этнические, территориальные, социальные мифы. Различие заключается в том, что по предмету мифологизации группы мифов определяются по тому, из чего появляется миф. Например, миф о богатом Дальнем Востоке (территориальный), миф о новых русских (социальный), миф о заговоре в верхних эшелонах власти (политический) и т. п. Если делить мифы по объектам, на которые направлена мифология, то существуют мифы не только об этносе (о евреях), но и для этноса (для немцев в период фашистской идеологии). То есть новейший миф, сохраняя единство исторической памяти, обладает способностью постоянно обновляться, повышает свои возможности впитывать оперативную информацию, оказывать воздействие на массовое сознание. Эти качества позволяют знаковым механизмам быть оптимальным средством трансляции

³⁹⁷ Малиновский Б. Указ. соч. С. 143.

мифологического позитивного и негативного образа и связанного с ним ритуала. Но при этом в процессе превращения вещи в миф, превращения реальности в слово Р. Барт усматривал элемент суггестии, так как он должен производить эффект, при этом не важно, когда миф будет разрушен: воздействие эффекта уже состоится, и предполагалось, что оно сильнее последующего рационального объяснения. Суггестия – аспект воздействия мифа, осуществляемого с помощью слова, образа, по Р. Барту, слово – не орудие, не носитель чего-то другого; нам становится все яснее, что это структура; но только лишь писатель (по определению) в структуре слова теряет свою собственную структуру и структуру мифа. Такое слово, подвергаясь (бесконечно) обработке, становится как бы сверхсловом, действительность служит ему лишь предлогом (для писателя глагол «писать» – непереходный); слово, следовательно, не способно объяснять мир, а если оно как будто и объясняет его, то лишь затем, чтобы позднее мир вновь предстал неоднозначным»³⁹⁸. В роли «такого слова» выступают средства массовой информации.

В стабильной, отлаженной демократической политической системе, где ответственность власти перед обществом довольно высока, возможности для манипуляций более ограничены. Наоборот, в нестабильной политической системе российского общества манипуляции общественным мнением чрезвычайно распространены. Новейшие мифы, транслируемые прессой, представляющие собой искусственные творения, участвовали в этом процессе. Эта связь уже стала очевидной для многих политических и общественных деятелей и была ими востребована. Политическая борьба имеет конечной целью распределение между ее участниками тех или иных благ, новых возможностей в реализации своих установок и достижении результатов. Поэтому той или иной партии, движению, блоку важно продемонстрировать образ, желаемый для избирателей, пусть даже в некоторой

³⁹⁸ Барт Р. Писатели и пишущие // Избранные работы: семиотика, поэтика. М.: Прогресс, 1994. С. 135-136.

перспективе. Например, те, кто боролся за голоса избирателей, убеждали последних в том, что они могут превратить образы, мечты в реальные достижения. Избирательные технологии активно использовали, а СМИ транслировали миф «о свободных и честных выборах», перекликающийся с программой народного героя Стеньки Разина: «Я пришел дать вам волю».

Однако решать такие проблемы, даже в мире мифическом, а не реальном, партии могут только благодаря верно определенным символам своих лидеров. Истина толпы – миф, биография лидера должна быть легендой. Для массы можно быть богом или ничем. Лидер – это искусно сфабрикованный политтехнологами миф, в который должен поверить каждый, так как стратегия PR-кампаний – стратегия доверия. В поле этого доверия не входит интеллект, только историческая память и инстинкты. Не случайно наряду с критикой манипулятивных методов, применяемых на выборах, раздаются требования конституционной реформы в России, которая повысила бы ответственность власти перед обществом, поскольку сами по себе выборы – условие необходимое, но недостаточное для демократизации политической системы.

Политические аспекты паттернов новейших мифов – это отдельные мифосюжеты, преломляемые в отношении к ситуации и личности. Например, популярные символы, транслируемые СМИ: символы избирательной кампании: это чистое поле (символ свободы), дорога (но не асфальтированная – символ перемен), дом (символ тепла и единства), дерево, лучше береза (символ женщины)³⁹⁹. Предлагая человеку заданную картину мира, мифосимволика формировала искаженное представление об окружающей реальности, давала негативные представления о добре и зле и др. Соответственно, новые мифические образы способствовали негативному поведению человека, нигилистическому мышлению, так как не

³⁹⁹ Этот прием широко применяли президентские технологи – исторический снимок Ельцина, прислонившегося спиной к сосне. Но он, по законам жанра, должен был не подпирать дерево, а обнять его.

соответствовали реалиям жизни социума. Искусственно создаваемое мифотворчество реально влияло на функционирующее сознание, которое никогда полностью не может быть избавлено от мифологических по происхождению образований. Оно в состоянии предоставить им питательную почву. Но если в свое время мифология уступала ведущую роль ряду специализированных форм общественного сознания, то на рубеже третьего тысячелетия происходит ее возрождение, но уже не как системы мирообъяснения, а как своеобразного метода мышления, который связан больше с разрушительной, чем созидательной функцией.

Закрепление разрушительной мифологии в общественном сознании замедляет перемены в социальной среде, что не дает выкристаллизоваться в виде теоретических концепций отзвукам происходящих трансформаций. Сказывалось отсутствие общепризнанных, консолидирующих общество целей, которые выступали бы в качестве конструктивных и перспективных национальных, государственных идей, на основании которых возможно вызревание общенациональной идеи. Ни один из предложенных официальных мифов не в состоянии в ближайшее время принять на себя в полном объеме функцию ядра новой общественной идеологии. Старая мелодия гимна с возрожденными новыми словами, патриотические песни и др. подтверждают мысль о полном отсутствии мобилизационной символической системы в современном обществе.

С помощью СМИ, трансляторов мифов, шла борьба за умы людей, в которых не каждый индивид был способен уловить скрытый, латентный идеологический уровень той или иной партии, объединения. Мифотворчество и мифологизация становятся удобным средством реализации скрытого политического эффекта, они играют определенную роль в психологической «разгрузке» человека, спасают и ограждают, помогают не потерять веру в разумность мира. Человек стремится в «огражденный мир», но вводимые в действие символы, порой в виде

обещаний, не помогают ему в этом. Например, широко декларируемый лозунг мифа «Каждой семье – отдельную квартиру в 2000 году». В этот миф трудно было проверить, так как он был взят из другой точки пространства и времени (период Н.С.Хрущева). Но для него характерна определенная узнаваемость, он не нес новой информации, но он успешно реализовывал уже известные людям схемы, в которых действительность подгонялась под уже существующие стереотипы.

Новейший миф переопределялся путем внедрения в него нового, откровенного, меняющего смысл исходного образа, разрушения любого традиционного образа. Именно эта позиция наиболее точно отвечала кризисному мировоззрению, в котором уничтожался опыт поколений, вместо индивидуализации происходила деградация личности, традиции рассматривались как ненужное для общества явление. Результатом этого стало так называемое «раскованное поведение», которое превратилось в образец для медийных каналов. Они транслируют особую реальность и особый миф, вписав него в свои законы жанра, они подменили выбор той или иной социальной концепции на выбор между рекламными текстами. Отсутствие концептуальной мифологии изобличает в политических персонажах несоответствие архетипическому образу, разлагает политическую основу общества.

Новейшие мифы характеризуются наличием множества претендентов на образ идеального нового героя-вождя. Герои общества 90-х – скрытные – суровые, добродушные; деликатные – грубые; чуткие – бесчувственные, простые – высокомерные (чиновничий фольклор: «будьте проще, и люди к вам потянутся»). Миф героя выступал в одиночном и парном качестве (герой-антигерой). Подобно сказочным героям, первые народные депутаты массово были борцами с системой, при этом они сразу несли с собой антисистему, грехи прошлого времени становились заслугами времени сегодняшнего: если в той системе принадлежность к КПСС была «плюсом»,

то «в КПСС не состоял» стало знаком доблести в этой. Новые лидеры должны были любыми путями, методами сблизиться с электоратом, находить защитные механизмы. Они олицетворяли бога Януса, одна голова которого смотрит в прошлое, а другая в будущее, «изображение бога с двумя головами позволяет трактовать этого бога самым различным образом. Герой становится символом любых противоречий: «внешне и внутренне, душа и тело, миф и разум, правое и левое, консервативное и прогрессивное, материя и антиматерия, одним словом, вся диалектика находит в этом поле свое пластическое синтезированное воплощение»⁴⁰⁰.

В трагических обстоятельствах августа 1991 года героем-искупителем «стал российский демократ-драконоборец, поразивший железного коня (танк), олицетворение зла – дракона коммунизма. Никакой собственный национальный архетип будущего победивший сверхчеловек-демократ искать не стал. В новом государстве началась традиционная для России борьба двух крайностей: механически привнесенной западной мифологии с мифологией российского самодержавного прошлого»⁴⁰¹. Предназначение героя являлось некоторое время тайной и обнаруживалось лишь пророчески и иносказательно. Но «по достижении некоего символического возраста происходит тайное посвящение через пророка, церковь, оракула и т.п. на его высокое предназначение»⁴⁰².

Миф «нового героя» требовал от героя жить в тех же условиях, что и народ (передвигаться на общественном транспорте, ходить в районную поликлинику), иметь те же привычки, говорить тем же языком, он должен ни в чем не сомневается, быть уверенным в себе, враждебная среда ему не помеха, его окружают не только друзья, но и враги. Во имя сохранения в

⁴⁰⁰ Энциклопедия символов, знаков, эмблем. С. 125.

⁴⁰¹ Полосин В. С. Указ. соч. С. 71.

⁴⁰² Там же. С. 190.

сознании электората своего сакрального образа он готов на все⁴⁰³. Герой обладал целым рядом символических типажей: он прекрасный семьянин, спортсмен, отдающий предпочтение теннису, командным видам спорта (футболу, волейболу), хозяйственник и т.д., не питающий иллюзий, что накопленный демократический капитал будет пожизненным иммунитетом от критики.

Новый миф «героя» возрождался, обновлялся, усиливался, к нему подстраивался миф «семья героя». В действие вводился пиаровский «феномен Джона Рокфеллера»⁴⁰⁴. Миф «семья» очень осторожно и робко использовался Н. С. Хрущевым, Л. И. Брежневым, активнее М. С. Горбачевым. Репортажи, фотографии их родных и близких на какое-то время даже шокировали публику⁴⁰⁵. Появление на политическом небосклоне жен новых руководителей было воспринято обществом более чем прохладно. В сознании народных масс сохранялся закрытый образ жизни царей и царствующих особ. Тайна их жизни – составная часть сакрального пространства.

Феномен мифа «семья героя» использовался в ситуации с возвеличиванием и созиданием героя России – Б. Н. Ельцина. Сентиментальная Россия увидела в «Борисе» отца многочисленного семейства, любящего мужа, добрейшего и справедливого дедушку,

⁴⁰³ Например, лечение Б. Н. Ельцина в районной поликлинике, поездки в троллейбусе, скандальная телесхватка Немцова и Жириновского на первом канале, с взаимным обливанием соком и метанием стаканов - Герасименко О. Без заглавия // Комс. правда. 1994. 26 ноября.).

⁴⁰⁴ Американская журналистка Ида Тарбелл опубликовала серию статей под общим названием «История «Стандарт Ойл Компани». Владельцем этой компании был сам Джон Рокфеллер. Тарбелл подвергла уничижающей критике нечистоплотные методы конкурентной борьбы. Рокфеллер принял мудрое решение и тем самым «выпустил джинна PR из бутылки. Он нанял журналиста Айви Ли, который стал автором ряда статей, размещенных в известных газетах. Они были посвящены не предпринимателю Рокфеллеру, а Рокфеллеру – отцу семейства, примерному мужу и любящему папочке. Антипов К. В. , Баженов Ю. К. Паблик рилейшнз. М., Изд. Дом «Дашков и К», 2001. С. 9.

⁴⁰⁵ Например, визит Н.С.Хрущева в Америку в 1959 г.

добропорядочного гражданина, энергичного делового человека⁴⁰⁶. Если советская пропаганда замалчивала подробности семейных и родственных отношений, то демократическая увидела в этом новизну и пикантность. СМИ заполнялись рассказами о родственниках сильных мира сего, об их собственности и состояниях, об альковных и банных утехах, об их слабостях и, конечно, достоинствах. Миф домысливался, преувеличивался и легко поворачивался в нужную сторону. По отношению к своему классу демократическая пресса представала «в качестве бессознательной вуали, искажающей образ социальной реакции внутри класса и сублимирующей его интересы, по отношению к другим классам идеология представляет собой конспиративную маску, сознательно используемую господствующим классом для обмана»⁴⁰⁷. Соответственно, в обиход вошли новые образные определения СМИ – «творцы миражей», «созидатели политических символик», «социальных мифов», «предумышленных иллюзий», «вуаль и маска».

В демократическом сакральном пространстве Б. Н. Ельцин – отец нации, авторитетный лидер, царь-батюшка, который строг, но справедлив с подданными, «свойский, простецкий мужик», человек феноменального здоровья, волей судеб оказавшийся на политическом Олимпе. Все это напрямую перекликается с архетипом «мудрый старец», а Ельцин на танке в 1991 году – один к одному повторяет образ вождя В. И. Ленина на броневике, усиленный символом – мифологемой горы.

Рождение Б. Н. Ельцина как политика произошло вместе с его «гражданской казнью»: после его мифологической смерти произошло реальное воскрешение: на выборах депутатов СССР за него проголосовали 90 % избирателей, после чего его фигура была во власти мифа «страдалец за

⁴⁰⁶ Так завершилась трансформация архетипа антигероя в героя. - Чикин М. Катя, внучка президента Ельцина – о бабушке из Парижа // Комс. правда. 1998. 14 янв.; Будберг А. Время стучит: Т.Б.Д. // Моск. комсомолец. 1998. 22-29 янв.; Хинштейн А. Династия // Моск. комсомолец. 1998. 5-12 февр. и др.

⁴⁰⁷ Гуревич П.С. Социальная мифология. М.: Мысль, 1983. С. 110.

народ». Исследователь В. С. Полосин сравнивает историю с падением его в реку с древними мифологическими сюжетами, а политическое воскрешение – с ролью интеллигенции, которая находит своего вождя (как Изида находит Озириса, брошенного в воду)⁴⁰⁸.

Интерес к фигуре нового вождя нации не ослабевал даже тогда, когда уже было доказано, что герой-вождь востребуется только в силу специфических процессов становления нового общества и служит их выражением. Это закономерно, так как национальные модернизации предполагают, что вожди есть, были, будут оставаться в народной памяти борцами за национальные интересы, мифология будет связываться с традициями, а новый коллективизм не будет тотальным. Соратники Б. Н. Ельцина писали о нем, что это чудо – просто взаимодействие личностных ипостасей. Он погружался в себя, в нем спорили, иногда ругались мифический «царь», реальный политик и человек, уже забывший, был ли он когда-нибудь просто человеком. Например, «наступит день, когда все мифы о Ельцине сольются в один большой Миф. Тогда слово «Ельцин» будет содержать все необходимые черты мифологического героя. В нем будет реальный исторический Ельцин. В нем будет реальное прославление Ельцина – за разрушение советской системы, за сохранение свободы слова, за решимость взять на себя ответственность и даже за досрочный добровольный уход с поста президента. В нем будут проклятия – за разрушение великой страны, за унижение и бедность, за Чечню. В нем будет все, что необходимо человеку, заглянувшему в миф, чтобы узнать в нем себя. А потом наступят еще более далекие времена, и политики, которые сегодня еще не родились, захотят демифологизировать своего предшественника – первого президента России Бориса Николаевича Ельцина. Есть опасность, что, уничтожая миф, они повредят и саму реальность, которую будут

⁴⁰⁸Полосин В. С. Указ. соч. С. 71.

стараться восстановить, т.е. исказят Историю и действовавших в ней людей»⁴⁰⁹.

Герой-вождь, опираясь на мифологизированные представления о себе, используя возможности прессы, добивается доминирующей в обществе модификации своего мифа. Идеологи, суггесторы режима, политтехнологи создавали иллюзию обладания харизмой ряда демократических деятелей, но превзойти Ельцина не смог никто. Средства массовой информации могут существовать без героев, но герой-вождь не смог бы реализовать себя без пропагандистского влияния на массы. При этом основополагающий принцип трансляции героя-вождя – принцип превосходства. Подобная пропаганда действует до тех пор, пока герой творит свою возвышенную миссию. Созданная на основе иллюзий, она быстро теряет силу воздействия на массы, герой переходит в состояние антигероя, появляется значительное количество разоблачительных публикаций, сюжетов, он уступает место новому герою. Именно силами вождей творилась и творится политика, государственная власть. По мнению С. Московичи: «Кто говорит «власть», невольно говорит «вождь», кто говорит «вождь», говорит «власть». Все остальное – это речевые уловки и игра понятиями»⁴¹⁰. Власть вождей практически всегда неизбежна, она выглядит политически обиденной, социально обоснованной. Б. Н. Ельцин к середине 90-х годов уже выступал в роли антигероя. Общественность начинала критически присматриваться к чрезмерностям внешней ритуальной стороны явлений президента народу. Отмечалось, что он в последнее время неохотно шел на контакты с аудиторией, с журналистами. В связи с этим постоянно возобновлялась тема здоровья президента, манипулирование его личностью при принятии общегосударственных решений. Наличие подобных эпизодов в жизни «героя-вождя» опровергалось, объяснялось происками КГБ, коммунистов,

⁴⁰⁹ Независимая газета // 2001. 1 февр.

⁴¹⁰ Московичи Указ. соч. С. 480

красно-коричневых⁴¹¹. Завершение мифа – новый Бог демократической религии, герой новой мифологии, покидает страну в канун года нового тысячелетия. Его прощальное слово «дорогим россиянам», перекликающееся со словами Сталина, сказанными в июле 1941 г., «братья и сестры» – образец слова «отца нации», любящего свой народ, сопереживающего ему, верящего в будущее России.

В сознание масс внедрялся миф «о фантастическом здоровье» героев-вождей: СМИ транслировали образ Б. Н. Ельцина в роли пловца, теннисиста, волейболиста, танцора. Внешний вид другого «героя» – немощного, с мешками под глазами Е.М. Примакова сопоставляется с молодежавым, спортивным В. В. Путиным. Составные части мифологического ряда были продуманы и эмоционально насыщены: Е. М. Примаков – семья, внуки, болезни; В. Путин – семья, дети, спорт. Причем не просто спорт, а восточные единоборства, имеющие философскую основу. Путин – в движении, Примаков – постоянно говорящий. Создается убедительное сопоставление на смысловом уровне: Примаков – стар, мудр, по-стариковски рассудителен; Путин – молод, «мочит» с плеча, Примаков – прошлое, Путин – будущее.

Удачному проведению кампании по выбору президента В.В. Путина способствовало то, что вокруг его фигуры был создан и поддерживался миф «отца нации»: он не просто сумел добиться экономических перемен, но вывел страну из архетипического Хаоса, оставшегося со времен правления Б. Н. Ельцина. Это выражалось не только в его заявлениях, но и в поступках. Например, он отказался увеличить срок пребывания на посту президента, тем самым укрепив архетипический образ «закона-отца», дуальная позиция которого – произвол. Все архетипические сюжеты, положенные в основу мифов о В. В. Путине, создают базу для символа-персоны. Его имидж должен контрастировать с имиджем предшественников. Был создан образ

⁴¹¹ Скандал, разразившийся после публикации в газете «Правда» статьи Витторио Дзуконы о визите Б. Н. Ельцина в США, стоил карьеры редактору газеты «Правда» В. Афанасьеву (Правда. 1989. 21 сент.).

здорового, уверенного, решительного человека, не допускающего произвола. Его программные выступления содержат мифологические компоненты – «магические слова»: «национальное достоинство», «угроза», «вызов» и др., уже превратились в часть политического мифа, а ежегодное послание президента Федеральному собранию превратилось в новый политический ритуал, который дает возможность народу идентифицировать себя с обществом, с государственным лидером, с российской символикой. Ведущая роль в трансляции и продвижении этого мифа была возложена на медийные каналы.

Образ героя-вождя В. В. Путина – один из примеров оживления мифа в политике с помощью средств массовой информации. Ко времени избрания его президентом в России сложилась ситуация глубокого социально-экономического, духовно-нравственного кризиса. Престиж власти падал, недовольство режимом охватывало все новые слои общества и постсоветской элиты. Президент на какое-то время стал выразителем крупного, отчасти среднего бизнеса, от деятельности которого зависело состояние российской экономики. Но он столкнулся с вечной проблемой российских реформ сверху в процессе, так называемой догоняющей, запаздывающей, принудительно-ускоренной модернизации, когда реформатор имеет дело со слабоструктурированным и политически апатичным обществом, с отсутствием гражданского общества, с ситуацией всестороннего кризиса страны. Эта проблема традиционно решалась путем поиска опоры в «государевых людях», проведения жестокой политики «закручивания гаек». Сложившаяся политическая и экономическая ситуация в стране не гарантировала высокого уровня доверия к вновь избранному президенту. Задачи, стоящие перед ним, также не были простыми. Помимо Чечни, необходимо было обеспечить минимальное улучшение социально-экономического положения граждан. Практически за год он выполнил задачу стабилизации политической системы и укрепления государства, сумел

удовлетворить самые противоречивые запросы элит и общества. Он также выстроил вертикаль власти формирующейся политической системы. Но не были осуществлены экономические и социальные реформы. Так, в начале 2004 г. доля россиян, которые считали реальной задачу сокращения числа бедных в 2 раза, составляла 28 процентов, доля тех, кто сомневался в этом, – 66 процентов⁴¹². Основным агентом путинских преобразований явилось не общество или даже какая-то его часть, а аппарат государственного управления, гражданских и негражданских крайне коррупционных ведомств.

Новейшие мифы, транслируемые СМИ, по-разному декларировали свободу создания общества свободных людей. Эта идея прошла различные стадии, использовалась различными политическими силами и представителями каждой партии по-своему. Ее содержание каждый раз конкретизировалось в зависимости от тех социальных условий, в которых она использовалась, учитывая то, что идеологические представления коренятся в глубинах человеческого подсознания.

Проблемы соотношения личности и общества, рационального и иррационального, статики и динамики рассматривалось через призму эффективного и неэффективного мифа. В этом плане исследуемый период характеризуется зарождением так называемого «черного мифа» и ему подобных. Например, «начиная с 1997 года и до конца президентского срока, – писала газета «Московский комсомолец», – Б. Н. Ельцину регулярно делались омолаживающие уколы»⁴¹³. Эти уколы делались из органов человеческих эмбрионов неродившихся младенцев. Препарат вводился прямо в живот, и пациент чувствовал прилив сил. Миф приписывал Ельцину тяжкий библейский грех – убийство младенцев. Миф «на солнце пятен не бывает, только вспышки»: весьма успешно использовался в коммунистической пропаганде и органично вписался в реалии новых

⁴¹² Львов С., Петухов В., Федоров В., Бызов Л. От Ельцина до Путина: три эпохи в историческом сознании россиян. М.: ВЦИОМ, 2007. С. 70

⁴¹³ Хинштейн А. Собачье сердце первого президента // Моск. комсомолец. 2002. 13 февр.

политических преобразований⁴¹⁴. Например, политизированная биография внука советского писателя А. Гайдара – Е. Гайдара и др.

Исследователь Ю. Эвола считает, что «миф находится на пороге неслыханного сдвига к новым утопиям и мифам. Поэтому так важно лишь высвободить содержащуюся в социальной мифологии огромную эмоциональную и мобилизационную мощь. Лишь безоговорочная верность идее может служить щитом в оккультной войне»⁴¹⁵. С одной стороны, само общество в его современном состоянии создает возможность для успешного внедрения мифа, с другой – социально-политический миф, транслируемый средствами массовой информации, является одним из эффективнейших методов ведения борьбы за экономические и политические ресурсы, вследствие чего он активно используется властью, коммерческими организациями, участниками геополитических процессов.

Деятельность индустрии по созданию и внедрению мифов с целью манипуляции сознанием не воспринимается общественным сознанием, оно уже другое, люди сами стали «прозревать» и оценивать события адекватно реальности. Исследователь Б. Л. Борисов, исходя из того, что СМИ в трансляции мифов опираются на элементы различных ритуальных техник, общих для рекламы, PR, дифференцирует следующие трансляционные стадии:

1. Идея-проект. Выработка эстетики.
2. Преобразование исходного материала: выделение архетипов и создание мифологической структуры воздействия. Перекодирование значения символов. Изготовление информационных символов причастности.
3. Целевое информационное оповещение при помощи различных технологий маркетинговой коммуникации.

⁴¹⁴ Например, М. Горбачев – трудолюбивый сельский паренек, тракторист, орденосец, семьянин, имеющий крепкий семейный тыл в лице жены, философа, золотой медалистки, красавицы и т.д.

⁴¹⁵ Эвола Ю. Средства и тактика. //Атака. 1999. №104.С. 10-12.

4. Ритуал как процесс. Создание эффекта соборности.
5. Катарсис (душевная разрядка в процессе сопереживания) или транс под комплексным воздействием постановочных технологий и приемов. Формирование установок и их закрепление. Фиксация.
6. Информационное эхо.
7. Циклическое повторение⁴¹⁶.

Практическая реализация новейших мифов различными властными структурами, политическими силами и СМИ 90-х годов привела в действие социальный маховик, который крушил все, отбрасывая развитие страны на многие десятилетия назад. В итоге процессы мифологизации, выступающие главным инструментом интеграции индивидов в общество через солидаризирование с основополагающими политическими и общественными ценностями, потерпели крушение. Именно в момент поражения становится видимой внутренняя слабость любой пропаганды.

ВЫВОДЫ. На всех этапах существования человечества миф был востребован там, где знания не могли дать удовлетворительного объяснения того или иного явления или процесса. Демократические преобразования 90-х годов способствовали усилению традиционной мифотворческой составляющей медийных каналов. Новая власть оказалась немошна в плане «мифологизирования» государственности, которой она никогда не занималась, так как за идеологическую составляющую в советское время отвечала компартия. Обновленные мифологические интерпретации выступали как одно из средств «подтягивания» реальности до желаемого уровня, позитивного или негативного. В итоге в обществе использование функциональных особенностей мифотворчества имело деструктивные последствия для духовной культуры всего социального организма, разваленного и разграбленного советского общества. Несмотря на кажущиеся радикальные перемены, которые потрясли страну в 90-е годы, общество

⁴¹⁶ Борисов Б. Технология рекламы и PR. Фаир-Пресс, 2001.С. 247.

продолжает жить в старых идеологических установках и координатах. Изменились некоторые элементы экономики, общественные предпочтения и моральные ценности, но мифосоставляющая государственности новой России осталась прежней.

Медиа всех уровней настойчиво и целенаправленно убеждали российских граждан в бесперспективности идеологии пролетариата, в обиход вошли и заняли ведущее место «потребительские» мифы, упрощающие реальность, нивелирующие противоречия, уводящие от действительных проблем. Именно в момент поражения становится видимой внутренняя слабость любой пропаганды. Современная политическая ритуальность автоматически копировала зарубежные образцы, национальную архаику. Не фундаментальные принципы технологии мифотворчества, а технологические нюансы составляют решающую часть в технологии мифотворчества различных политических сил, воздействующих на современный политический процесс.

Новейшие мифы, выполняя определенные функции в коммуникационном пространстве, видоизменялись и, по законам «антимифа», низводились до уровня «черно-белого упрощения», формировались в пылу борьбы со старыми догмами, не корректно, с помощью фальсификаций. Для практического и универсального применения схемы, объясняющей воздействие мифа на массовое сознание, на деятельность политических институтов, существовало одно препятствие: исследователь, превративший ее в инструмент политического анализа, должен быть априорно согласен с тем, что «техника» мифотворчества принципиально едина и в тоталитарных обществах, и в демократических, несмотря на то, что политический процесс развивается по различному сценарию. Такой подход реален, но при условии, что социально-политический миф рассматривается как явление надысторическое,

допускающее разнообразие форм, при отсутствии интереса к исторической фактуре.

Предлагая человеку заданную картину мира, мифосимволика формировала искаженное представление об окружающей реальности, давала негативные представления о добре и зле и др. Соответственно, новые мифические образы способствовали негативному поведению человека, нигилистическому мышлению, так как не соответствовали реалиям жизни социума. Искусственно создаваемое мифотворчество реально влияло на функционирующее сознание, которое никогда полностью не может быть избавлено от мифологических по происхождению образований. Но если в свое время мифология уступала ведущую роль ряду специализированных форм общественного сознания, то на рубеже третьего тысячелетия происходит ее возрождение, но уже не как системы мирообъяснения, а как своеобразного метода мышления, который связан больше с разрушительной, чем созидательной функцией. Ни один из предложенных официальных мифов не в состоянии в ближайшее время принять на себя в полном объеме функцию ядра новой общественной идеологии. Старая мелодия гимна с возрожденными новыми словами, патриотические песни и др. подтверждают мысль о полном отсутствии мобилизационной символической системы в современном обществе.

С помощью СМИ, трансляторов мифов, шла борьба за умы людей, в которых не каждый индивид был способен уловить скрытый, латентный идеологический уровень той или иной партии, объединения. Мифотворчество и мифологизация становятся удобным средством реализации скрытого политического эффекта, они играют определенную роль в психологической «разгрузке» человека, спасают и ограждают, помогают не потерять веру в разумность мира. Миф переопределялся путем внедрения в него нового, откровенного, меняющего смысл исходного образа, разрушения традиционного образа. Именно эта позиция наиболее точно

отвечала кризисному мировоззрению, в котором уничтожался опыт поколений, вместо индивидуализации происходила деградация личности, традиции рассматривались как ненужное для общества явление. Результатом этого стало так называемое «раскованное поведение», которое превратилось в образец для медийных каналов. Они транслируют особую реальность и особый миф, вписав него в свои законы жанра, они подменяют выбор той или иной социальной концепции на выбор между рекламными текстами. Отсутствие концептуальной мифологии изобличает в политических персонажах несоответствие архетипическому образу, разлагает политическую основу общества.

4. 3. Мифорейтинг в медийном пространстве современной России

Российская идеология к концу 90-х годов протрезвела от коммунистических иллюзий, но в плане политической идеологии и мифологии новая власть по-прежнему проигрывает своим предшественникам. Нет четко выраженных идеологических установок, сформулированной национальной идеи. В обществе преобладает силовое ограничение российской «демократии», власти олигархов, усиление роли структур государственной безопасности. Отсутствие за «силой» идейного начала лишает вождя его харизмы. Отсутствие «новодержавной» идеологии режимов Б. Н. Ельцина и В. В. Путина, по мнению исследователя Ф. Синельникова, сказывается из коррумпированности госчиновничьего аппарата. Основа государственности, менталитет советского народа осталась прежними, новые вожди пытались реформировать старую систему, созданную для совершенно иных целей. «Реформаторы пытались в России совместить несовместимое – старый советский партийно-хозяйственный аппарат и экономический либерализм. В результате получилось то, что мы имеем. Попытка осуществить экономические реформы при помощи старого госаппарата привела только к всепроникающей коррупции, к

криминализации государства и общества, к созданию страты «олигархов», исполняющих функции государственных капиталистов, зависящих от существующего режима и потому поддерживающих его. Попытки совместить старый госаппарат с новыми принципами экономики, в свою очередь, приводит к постоянной инфляции. Инфляция же подавляет жизнетворческие интуиции и приводит к вымиранию населения – к демографической проблеме»⁴¹⁷.

Медийное пространство современной России предполагает упорядоченную последовательность действий и взаимодействий политических акторов, связанных с реализацией властных интересов, не прямое, разделенное во времени и пространстве взаимодействие коммуникационных партнеров, однонаправленность воздействий от коммуникатора к реципиенту, непостоянный, дисперсивный характер аудитории. Все имеющиеся подходы, по мнению Е. П. Прохорова, «можно совместить в обобщающем представлении о диалоговой демократии, именно она пронизывает всю жизнь общества и обеспечивает успех демократических принципов. Демократизация общества затрагивает жизнь его многочисленных инфраструктур (культура, литература и искусство, образование, наука, оборона и др.). В этой сфере незаменима роль информационного обеспечения»⁴¹⁸. По мнению Е. Прохорова, единственный вариант развития – это государственно-общественные СМИ, «правда, институционализирующую роль, кроме государства, тут непременно должны играть и другие институты общества (его гражданское «тело» и экономическое «тело», а также, разумеется, научная, культурная, образовательная и др. инфраструктуры). Притом, если при рыночной экономике неадекватной для общества оказывается «рыночная демократия», то неприемлемой оказывается государственно-общественная «рыночная

⁴¹⁷ Синельников Ф. Циклы российского великодержавия и современность. [Электронный ресурс]//[http://perehodjournal.ru/leto-2011/f-dor-sinelnikov-tsikli-rossiyskogo-velikoderzhaviya-i-sov remennost](http://perehodjournal.ru/leto-2011/f-dor-sinelnikov-tsikli-rossiyskogo-velikoderzhaviya-i-sov-remennost)

⁴¹⁸ Прохоров Е. П. Указ. соч. С. 26.

журналистика». «Если государственно-общественная журналистика хочет (а ведь и должна), выполнять роль public service, она вряд ли может быть подчинена частным или государственным интересам и не должна руководствоваться «рыночными принципами»⁴¹⁹.

Демократическая пресса выступает как доктрина для дальнейшего утверждения власти государства и олигархата, как инструмент для проведения властных полномочий. В российском обществе возникает искаженное представление о разумном, рациональном и соответствующем действительности. За правду общество принимает то, что таковым не является⁴²⁰. На смену советской мифологии, ориентированной на коммунистический миф, пришла совокупность эклектичных мифологических представлений, состоящая из остаточных компонентов советского мифа, мифов демократии и капитализма, мифов националистического содержания. Отсутствие целостности в восприятии мира способствует облегчению задач власти и средств массовой информации по манипулированию сознанием масс. Внедряя в массовое сознание мифологические представления, власть рассчитывает на сохранение существующего социального порядка и поддержку его со стороны населения, на конструирование новой гражданской идентичности

В современном обществе роль медийных каналов в большей степени обусловлена способностью «увести» аудиторию в царство иллюзий с помощью различных мифов. СМИ способствуют тому, что новейший политический миф, объединивший множество ситуаций, выступает высшим критерием при оценке актуальных идеологических практик, но при этом хранит совокупный политический опыт в иносказательной форме. Если

⁴¹⁹ Прохоров Е. П. Указ. соч. С. 26.

⁴²⁰ Реальность такова: за 11 месяцев 2011 года уголовному преследованию было подвергнуто 734 лица, обладающих правовым статусом. В их числе 11 руководителей различных структурных подразделений МВД, один руководитель наркоконтроля, 235 депутатов органов местного самоуправления, 255 выборных глав муниципальных образований, пять судей, 14 членов избиркомов, 10 прокуроров. Интервью с председателем следственного комитета РФ А. Бастрыкиным // Российская газета. 2012. 19 января.

исходить из синкретичного характера публицистического познания, то неразрывность понятийно-образного видения действительности есть типформирующая характеристика мифа, а мифотворчество – коммуникационный процесс, включающий как создание мифа и его повторение, так и восприятие. «Для того чтобы стать мифом, – считает К. Флад, – рассказ должен быть воспринят аудиторией как адекватно излагающий основные факты, которые уже признаны (или вскоре будут признаны) ею за истинные, а также верно их интерпретирующий. Авторитет рассказа появится тогда, когда он будет представлен в подходящей форме, подходящим рассказчиком (группой рассказчиков), в подходящем историческом, социальном, идеологическом контексте»⁴²¹. Познания индивидов о реальности опосредуются через медиа, их мифологизаторская природа не позволяет отличить отображение от отображенного, реальные события становятся общественным средством, их вольной интерпретацией. Из-за этих ухищрений, читателям зачастую нелегко отличить правду от неправды, «заложённая в журналистские жернова, правда выходит размельченная, неполная, пропущенная через сито субъективных ценностей создателей текстов. Другими словами, правда тускнеет после того, как пройдет «сказочную» обработку в СМИ»⁴²².

Российская пресса использовала новейшее мифотворчество, поощряла разнузданность и вседозволенность, моральный террор, узурпировала право на выражение сиюминутных интересов, никак не связанных с интересами страны. Перед президентскими выборами 1996 года из небытия возник еженедельник «Не дай Бог!», в состав редколлегии которого вошли Владимир Яковлев, Леонид Милославский, Никита Голованов, Андрей Васильев, Игорь Свинаренко и др. Авторы еженедельника ратовали за демократические преобразования в России, но агрессивный, вульгарный тон

⁴²¹ Флад К. Политический миф: теоретическое исследование. М.: 2004. С. 42.

⁴²² Дэннис Э., Мэрил Д. Указ. соч. С. 277.

текстов, размещенных в газете, заставлял сомневаться в их искренности. Один из вопросов опубликованного кроссворда звучал так: «Строение на Красной площади, по посещаемости успешно конкурирующее с мавзолеем Ленина». Общество было охвачено сплетнями, слухами (например, рубрика «Московского комсомольца» «По слухам»). Шоком для российского общества стал выход первого пилотного номера русской нецензурной газеты «Мать», которую предполагалось издавать на базе еженедельника «Собеседник». Издатели газеты убеждали, что «только матом можно рассказать о нашем правительстве, нашей политике, нашем быте и нашей любви»⁴²³. Мифологема «свобода», под лозунгом которой начинались демократические преобразования, стала свободой «от» и свободой «для».

В печатной прессе с одной стороны преобладали – темп, скорость, с другой – эпатаж, мифы, сплетни, непроверенные факты. В угоду частным, предпринимательским, партийным интересам в прессе преобладала пропаганда независимости от гражданских обязанностей, воинской службы, сохранения государственной тайны, соблюдения нравственных норм поведения и т.д. Попытки и призывы к стабилизации в обществе наталкивались на грозные статьи о посягательстве на свободу слова, основу демократии⁴²⁴. По утверждению Г. Г. Почепцова, «одни мифологемы будут сменять другие, но они будут оставаться главным фундаментом для нашего здравого смысла. В мифы всегда приятно верить. Они, несомненно, защищают наши мозги от проникновения туда извне неправильных знаний, делая мир понятным и простым, поскольку он зиждется на знаниях правильных»⁴²⁵. Новейший миф, символ, иррациональный образ в ситуации демократических перемен оказывал деструктивное влияние на политическое

⁴²³ Мать. Первая нецензурная газета. 1993. Пилотный номер, март.

⁴²⁴ Не дай Бог! 1996. 27 апр.

⁴²⁵ Почепцов Г. Г. Базовые мифологемы, формирующие мир, в систематике операций влияния // Media Supines. 2011, 16 окт. (<http://osvita.mediasapiens.ua/>) /

поведение и действия людей, кодифицировал социальное и ритуальное устройство общества.

Древние мыслители Платон и Конфуций, учили, что любое дело надо начинать с «исправления имен», то есть с уточнения содержания используемых терминов, соответствующих понятий. В современном медийном пространстве происходит активный мифоребрендинг, смена бренда мифа политического героя, политических партий. Мифоребрендинг – комплекс мероприятий по изменению всего бренда, его составляющих, названия, визуального оформления, позиционирования, идеологии и т.д., то есть изменения мифообраза, сложившегося в сознании широких масс. К мифоребрендингу прибегают тогда, когда изначально бренд был неверно позиционирован; когда изменяются рыночные и политические условия, а адаптация существующего бренда в них невозможна; уровень знания бренда становится непопулярным, бренд начинает проигрывать конкурентам. Перед брендом ставятся амбициозные задачи. В эти задачи обычно входят дифференциация бренда (усиление его уникальности); усиление бренда (рост лояльности потребителей); увеличение целевой аудитории бренда (привлечение новых потребителей). При ребрендинге сохраняются те элементы, которые воспринимаются потребителями как преимущества и сильные стороны бренда по сравнению с конкурентами и отказ от тех свойств бренда, которые способствуют его затуханию. Методы проведения мифоребрендинга зависят от характеристик информационного пространства современного общества. Удачно проведенный ребрендинг выводит устаревший бренд мифа на новый уровень развития, помогает ему эволюционировать, делает его привлекательным для внимания общественности, увеличивает его лояльность. Миф получает новые силы, обретает новые качества, становится более привлекательным для общества⁴²⁶.

⁴²⁶ Васильева Л. А. Ребрендинг мифа политического героя в медийном пространстве современной России. (В кн.: *Materialy X Mezinarodni vedecko-prakticka konference*

Этапы проведения мифорейбрендинга таковы:

- аудит бренда (изучение его состояния, оценка отношения к нему, знание и уровень лояльности целевых аудиторий; определение слабых и сильных сторон;
- понимание глубины ребрендинга; анализ финансовых ресурсов медийного канала; разработка стратегии и тактики ребрендинга (определение элементов бренда подвергающихся изменению);
- обновление основных элементов идентичности бренда (новое позиционирование, новые элементы системы визуальной и вербальной идентификации; новая коммуникационная стратегия бренда);
- донесение до аудитории смысла ребрендинга.

Мифорейбрендинг отражает не только качественные изменения в позиционировании и стратегии общества, но и тотальный пересмотр всех атрибутов бренда. Для того чтобы обещание нового бренда было поддержано опытом, с которым сталкивается общество, этот опыт необходимо создать, а это достаточно длительный процесс.

С понятием мифорейбрендинга связаны понятия: репозиционирование – изменение его основных характеристик и закрепление их в сознании целевых аудиторий; рестайлинг – изменение визуальных атрибутов в соответствии с новым позиционированием и новыми характеристиками бренда.

Один из первых мифорейбрендингов произошел в Древнем Риме и был связан с переименованием древнегреческих богов. Римляне взяли «систему богов» Греции, переделали ее, сделали ее более понятной для простых римлян, оновили ее. Бог был отделен от человека, было подчеркнуто его величие. Всех богов переименовали: Зевс стал Юпитером, Афродита – Венерой, Арес – Марсом, Артемида – Дианой, Эрот – Амуром и др.

Примеры политического ребрендинга советского периода – перемена фамилий руководителей советского государства на фамилии-символы: Ульянов-Ленин, Джугашвили-Сталин, Скрябин-Молотов, Бухарин-Гуревич и др.

В современном российском обществе смоделированные героические мифические образы весьма далеки от реальности и потребностей общества. Подключенные к этому процессу медиа используют для формирования образа героя особый мифологический мир, существенно отличающийся от реального мира, в котором живет потенциальная аудитория. Если дальнейшие реальные события в реальном мире не вписываются в этот иллюзорный мир, СМИ ретранслируют, подгоняют необходимые для существования мифа события. Основанием для создания «псевдобιοграфии» героя служит слух либо до предела субъективизированная точка зрения политтехнологов и журналистов. В предшествующие годы СМИ сумели создать иллюзию обладания харизмой ряда демократических деятелей (Н. С. Хрущев, Л. И. Брежнев, М. С. Горбачев, Б. Н. Ельцин). Прежде один и тот же мифологизированный герой на протяжении своей жизни выступает в координатах мифологизированной схемы, редко меняет тон публичного общения, для того, чтобы каждый раз оказаться на гребне новой волны общественных ожиданий. Герои прошлого не вписываются в политическую структуру, современные герои, как правило, противоречивы, несут на себе груз прошлых ошибок, компромата, криминала, отношение к ним со стороны общества негативное. Нащупать новый стиль коммуникации, ребрендировать миф героя – задача непростая, решаемая путем многочисленных проб и ошибок множества конкретных людей. Это обновление невозможно без обновления персоналий, а это самое слабое место в политике современной России, позиционируемой как одно из коррумпированных государств мира. По мнению британского еженедельника «The Economist», для правителей России коррупция – суть системы, «с 2002 года небольшая группа людей,

находящаяся вне досягаемости закона, приобрела состояния, превышающие любые фантазии царей». Самые громкие дела, совершенные публичными людьми, транслируемые всеми медийными каналами: «игорное дело» в Подмосковье, дело Роскосмоса, Оборонсервиса, Саммита АТЭС, Росагролизинга, РусГидро, Росреестра, Росрыболовства и др. Нынешняя власть должна обеспечить эффективный отбор и быстрое выдвижение на вершину наиболее успешных кандидатов. Для проведения мифоребрендинга властям требуется кардинальное обновление всего коммуникативного ряда. Собственный национальный архетип будущего победивший сверхчеловек-демократ искать не стал, и «в новом государстве началась традиционная для России борьбы двух крайностей: механически привнесенной западной мифологии с мифологией российского самодержавного прошлого»⁴²⁷.

В транслируемом мифологическом пространстве происходит ребрендинг мифа политического героя, усиливается конструктивная роль стратегического моделирования его мифообраза. Это позволяет понять природу социальных мотиваций групп, определяющих судьбу России. Система ценностей, вокруг которых строится бренд героя, уже заложена в менталитете новой генерации российских граждан, задача состоит лишь в том, чтобы прочесть то, что записано в их социально-культурном коде. Новый ребрендированный миф «героя» транслируется медийными каналами со знаком «плюс», его гиперболизация доходит до абсурдного. В 1999 году «Независимая газета» опубликовала портрет «Прилуяка», не существующего в реальном мире человека, образ которого был синтезирован из фотографий Е. М. Примакова, Ю. М. Лужкова и А. Н. Яковлева. Героический портрет должен был донести до сознания аудитории идею общности трех видных политиков. Герои 90-х в реальном мире не были идентичны друг другу, в их поведенческой линии в области политики существовало немало отличий. Для аудитории подобный коллективный портрет создавал полную иллюзию

⁴²⁷ . Полосин В. С. Указ. соч. С. 71.

идентичности. То же самое относится к использованию журналистами кличек героев: Е. М. Примаков, «бульдог», «новый Брежнев». В «Независимой газете» под рубрикой «Из летописи села Собачьи будки» публиковалась «серийная сказка». Главные события происходили в одном и том же месте все с теми же героями: Елочкин, Лужайкин, Заявлинский, Вовка Жуликовский, Хрюганов и др.⁴²⁸ В сказке «Я, ты, он, она. Вместе дружная семья» основными персонажами были: «маленький и плешивый великий колдун Березун», «бесстрашный рыцарь, Белый Лебедь Острое перо» «ужасный Аяцк», «Великий сглатывающий Доренко», «Субботный ужас Шеремет», «Дикий полководец Невзоров» и т.д.

В направлении мифоребрендинга пыталась работать команда российской демократической партии «Яблоко», Г. А. Явлинский был смещен на С. С. Митрохина. Препятствием на пути обновления коммуникативного ресурса стало прямое лоббирование фракцией «Яблоко» грабительского варианта доступа иностранцев к природным ресурсам. «Яблоко» оказалось червивым, в одночасье был разрушен миф о демократической ориентации партии, ее лидеров.

Множество слухов и версий в медийной среде транслируется вокруг бренда политика «В. Ю. Сурков», заместителя председателя правительства РФ, руководителя аппарата правительства РФ. Известно, что при рождении его имя было Дудаев Асланбек Андарбекович (отец – Андарбек Данилбекович Дудаев, мать – Зоя (по некоторым источникам Зинаида Антоновна Суркова). Когда Асланбеку (Владиславу) было 5 лет, его родители развелись, и мать дала сыну свою фамилию и отчество «Юрьевич». По версии газеты «Известия», при поступлении в школу он уже именовался Сурков Владислав Юрьевич. Однако американская газета «Wall Street Journal» утверждает, что смена имени и фамилии произошла только перед

⁴²⁸ Независимая газета. 1999. 6 февр.

поступлением в институт. Политик Игорь Лебедев, заместитель председателя Госдумы РФ шестого созыва, глава высшего совета ЛДПР сменил фамилию в возрасте 16 лет. Игорь Владимирович Лебедев родился в семье Владимира Жириновского и Галины Лебедевой. На смене фамилии настоял отец Владимир Жириновский, занимавшийся созданием Либерально-демократической партии Советского Союза, чтобы не усложнять сыну жизнь. На выборах президента Украины 2010 г. участвовал кандидат Василий Васильевич Протывсих (в пер. с украинского «против всех»). Его прошлая фамилия, Гуменюк, но специально для участия в выборах он поменял фамилию с целью привлечения внимания электората. В начале 2000 года 28-летняя Елена Солод из Запорожья пыталась сменить имя на Усаму бен Ладен. С таким именем она пыталась зарегистрироваться для участия в парламентских выборах. Несмотря на то, что в паспортном столе Е. Солод переименовывать отказались, в бесплатных телевизионных роликах она агитировала избирателей как бен Ладен и даже устраивала стриптиз. По этому поводу Н. Г. Щербинина справедливо замечает: «Очевидно, что современные краткосрочные предвыборные «сказания» о лидере есть заведомо искусственные творения, и они зачастую существуют в свернутом виде».⁴²⁹

Комплекс мероприятий современного мифоребрендинга дополняется современными одами, былинами, сказаниями, посвященными героям разных рангов. На сайте «Международного фонда исследования «Тенгри» появилось произведение, которое сразу стало бестселлером не только на родине – в Республике Тыва, но и за ее пределами. Это эпос про самого знаменитого тувинца России Сергея Кужугетовича Шойгу, первого руководителя МЧС России⁴³⁰. В комментарии к эпосу говорится, что автор замыслил его после

⁴²⁹ Щербинина Н. Герой и антигерой в политике России. М.: Весь мир. 2002. С. 19.

⁴³⁰ Воспел чиновника его земляк, аспирант кафедры философии тувинского госуниверситета Айбек Соскал. Международный фонд исследований «Тенгри». 27.09.2012.<http://tengrefund.ru/2012/09sovremennyj-tuvinskij-epos-o-bogatyre-shjgu/#more-2434>

того, как узнал о планах чукчей создать эпос о своем кумире, бывшем губернаторе Чукотки Р. Абрамовиче.

Студент Литературного института Махмуд Отар Мухторов написал поэтические диалоги «Я встретил Путина во сне, явился президент ко мне». На избрание В. И. Матвиенко губернатором Санкт-Петербурга поэтесса Ю. Беломлинская написала: «Город гнул и город плавил. Город нам отметки ставил. И теперь ты знаешь, Валя. Этот город наш с тобой». В Татарстане, например, написали про жену первого президента республики Сакину Шаймиеву: «Это имя, как изюм, как рахат-лукум, Сакина-Ханум, Сакина-ханум»⁴³¹ Медиа в данной ситуации выступают в двойной роли: как ретрансляторы, которые используются политиками для влияния на электорат; как трансляторы, создающие псевдореальность, новый бренд мифа по собственной инициативе.

Широко используя возможности ребрендинга при обновлении мифа под запросы современной власти, российские медиа превращают мифическую историю в современную властную парадигму, выполняют главный социальный заказ политической системы. По справедливому выводу С. Московичи, в цивилизованном обществе массы стремятся возродить иррациональность, которую считали исчезающей, как рудимент полной отсталости и культа богов. Это «явление имеет тенденции к нарастанию, а политика предстает рациональной формой использования иррациональной сущности масс»⁴³². Но это в «цивилизованном обществе». В символическом универсуме России наблюдается нерасчлененность добра и зла в политической символике, тенденции усиленной мифологизации образов современных политических героев, имеющих криминальное прошлое. Мифореконструкция формирует, закрепляет, узаконивает в сознании масс ощущение истинности, правомочности этих политических персоналий. Он

⁴³¹ Ахмирова Р. Как Пут и Дидим Сергеку услужили. // Собеседник. № 38 (1431).2012. 10-16 окт.

⁴³² Московичи С. Указ. соч. С. 61

позволяет создать особую среду, позволяющую укрепить либо разрушить образ, картину мира, мифологизировать общественное мнение, идеальную действительность. Так как в мифе нет застывших форм, действительность динамична, обыденное и сверхъестественное не вступают ни в какие противоречия. Эта гибкость политического мифа, способность к преувеличению дает огромные возможности для его обновления, ребрендинга, подгонки под запросы общества, те или иные ситуации. Он становится основным формообразующим элементом мифологизирования современности. По мнению Э. Кассирера, в мифе «каких-то специфических различий между разными сферами жизни, ни определенных постоянных, устойчивых форм не существует. Внезапная метаморфоза может превратить каждую вещь в любую другую»⁴³³. В мифы вкладывается новое содержание, с этим новым содержанием они беспрепятственно входят в массовое политическое сознание людей через каналы прессы. Группируя мифорейтинг по разным основаниям, можно выделить следующие типы: оперативный и стратегический, ожидаемый (планируемый) и случайный (незапланированный), легко и трудно внедряемый. Используемые со знанием их функциональных возможностей и специфических особенностей, мифорейтинг оказывает серьезное влияние на реализацию определенного замысла по отношению к политической действительности, в сознании масс закрепляется ощущение истинности, правомочности брендов новейших политических мифов.

С точки зрения системного, комплексного подхода к развитию и внедрению мифорейтинга необходимо рассмотреть инновационные точки его опоры: изменяемые, упраздняемые, выявляемые, обращенные к прошлому.

Изменяемая инновация – новшество вводится в миф вместо какого-то конкретного устаревшего средства.

⁴³³ Кассирер Э. Техника современных политических мифов. Указ. соч. С. 160-166.

Упраздняемая инновация – прекращение деятельности мифа, не перспективного с точки зрения общественных запросов, тормозящих развитие системы.

Выявляемая инновация – сопровождается частными изменениями, которые поддерживают, закрепляют положительный эффект мифа.

Инновация, обращённая к прошлому, – воспроизведение старых форм на современной основе, которые долгое время не использовались, когда-то были упразднены по ошибке, утратили свою актуальность, но в настоящем времени актуализировались.

Вся структура современной российской печати, фундамент которой – теория и практика советской прессы, конструирующая, транслирующая мифическую реальность. Соотношение риска и доходности во внедрении мифорейтинга имеют свои характеристики. Его инновационные точки опоры в СМИ не появляются спонтанно, они возникают в результате углубленного предварительного анализа исторических, теоретических аспектов: теории прессы, транслируемого мифотворчества. Рассмотрим это на примере новостной журналистики. Потребность в новостях формируется в условиях массового индустриального общества, что легитимировало эту медиаформу и определило ее высокий социальный статус в современном обществе.

На первом этапе внедрения инновационных идей исследуется генезис, историзм проблемы. На втором этапе – осуществляется маркетинговый подход к новостям, требуется их подбор согласно актуальным и потенциальным интересам читателей, зрителей, слушателей. Третий этап инновационных действий – исследование и внедрение новых форм медийного продукта. Рассмотрим процесс внедрения инновационных форм и методов подачи печатных текстов на примере новостной журналистики.

Первый этап, генезис, историзм проблемы. Первые попытки исследования новостной журналистики относятся к 20-м годам прошлого

столетия в рамках гуманитарных наук⁴³⁴. В ряде работ того времени наряду с рекомендациями, имеющими практический характер, встречается и теоретический анализ проблемы социальной информации и вводится ряд понятий, предвосхитивших некоторые идеи современного учения об информации. Изучение этой проблемы началось с уточнения понятия информации. Наиболее распространенным тогда было понимание информации как «описания фактов» или «новости»⁴³⁵. Шла дискуссия о том, следует ли считать информацией только новые или любые факты. Конечно, любой факт в том или ином отношении является новым, однако под новыми фактами подразумевались принципиально не известные. Следует отметить, что подход к информации как к новости имел и определенное идеологическое «сопровождение»: подобная теоретическая установка отражала ориентацию прессы капиталистических стран на сенсационность публикуемых сообщений, погоню за новостями. Вполне понятно, что не всякая новость является сенсацией, эта последняя выступает в качестве предела идеала, цели, которые преследовала буржуазная пресса. Советские исследователи теории информации в печати высказывали мнение об односторонности, неприемлемости подобного подхода, отмечая необходимость воздействия на читателя также и однородными, повторяющимися фактами. В эти же годы наметилась попытка более широкого подхода к проблеме информации, выявления связи информации и публицистики, которая интерпретировалась как объяснение, комментирование фактов.

В теоретических работах 20-30-х годов прошлого столетия также исследовались источники информации, давалась их классификация, определялись взаимоотношения потребителя информации (читателя) и информации, условия восприятия информации, свойства социальной

⁴³⁴ Гус М. Информация в газете (опыт практических пособий). М., 1930. 261 с.; Кузьмичева В. Печатная агитация и пропаганда // Журналист. 1928. № 1. С. 40 и др.

⁴³⁵ Кузьмичева В., Гарри А. Что такое информация? // Журналист. 1928. С. 42.

информации (партийность, достоверность, важность, полнота, убедительность и т.д.). При этом исследовались не только содержательные, но и формальные стороны информации. Так, М. Гус отмечает, что «эффект информации, ее воздействие зависят не только от содержания, от того, что сказано, но и от формы подачи, от того, как сказано. Необходимо поэтому изучать формальные свойства информационных сообщений, чтобы уметь эти сообщения делать лучше»⁴³⁶.

Представляет интерес и дискуссия о понятии информационной ценности. Его, наряду с содержанием и формой, в 1928 г. ввел в научный оборот исследователь А. Курс. «Информационную ценность» он истолковывал как неповторимое качество явления, выделяющее его из повторяющегося ряда⁴³⁷. В дискуссии с ним М. Гус справедливо заметил, что такое определение основной акцент делает на новизну, поэтому ценность информации создается только новизной и оригинальностью фактов (сенсационностью). Это несколько ограниченное понимание информационной ценности, ибо оно исходило из допущения, что целью передачи и восприятия информации является желание поразить чем-то невероятным, неожиданным.

В отличие от А. Курса М. Гус вводит более адекватное понятие информационной ценности. Информационная ценность факта, считал он, «определяется его агитационным воздействием – способностью его служить целям, систематической углубленной агитации»⁴³⁸. Понятие информационной ценности связывалось им уже с понятием цели. Долгое время информация в советской прессе ограничивалась бесстрастной фиксацией тех или иных фактов, «ее цель – последовательная пропаганда достижений партии и советского народа. Когда мы говорим, что информация должна быть партийной, подразумевается именно это – качественная суть, идейный

⁴³⁶ Гус М. Указ. соч. С. 202.

⁴³⁷ Курс А. Элемент интереса к информации // Журналист. 1928. № 1. С. 43.

⁴³⁸ Гус М. Указ. соч. С. 72.

стержень информации. В информационных материалах, как правило, сообщаются лишь сами факты, без выводов и политических обобщений: читателю предоставляется самому сделать необходимые выводы. Это, однако, предполагает и диктует обязательную организационную роль редакции в подборе публикуемых материалов»⁴³⁹. Весомость факта заключается в его пропагандистской направленности. Сам факт определялся так: «Это простое, не зеркальное отражение социального факта, а такое творческое преобразование последнего, которое содержит авторскую интерпретацию социального факта в целях идеологического воздействия на читателей»⁴⁴⁰. Рамки идеологического воздействия отчасти ограничивали исследователей, в оборот вводились слова о душе, сердце информации: «Душой информации является новость. Чтобы факт составил основу информации, он одновременно должен быть новостью. Если факт – сердце информации, то новизна – ее душа»⁴⁴¹.

В 80-е годы в определении новостной журналистики упор делался на то, что «это не случайные, а определенным образом подобранные факты, это – система фактов в системе агитационно-пропагандистской деятельности газеты, то есть информация является категорией политической»⁴⁴². Американский исследователь У. Липпман писал, что «новость – не отражение социальных условий, а отчет о том, что навязчиво лезет в

⁴³⁹ Бронтман Л. К. Информация в газете. М., 1948. С. 5.

⁴⁴⁰ Фоминых В. Н. Публицистический факт. Красноярск: Изд-во Красноярск. Ун-та, 1987. С. 36.

⁴⁴¹ Газетные жанры. М.: Политиздат, 1976. С. 11.

⁴⁴² Например, «Созвездие энергоблоков». Завершающий год одиннадцатой пятилетки был для Чернобыльской АЭС необычный – здесь действовали на полную мощность сразу все энергоблоки. Раньше ежегодно, согласно графику, хотя бы один из энергоблоков останавливали на плановый ремонт: он длился в зависимости от его сложности от 15 до 80 суток. Благодаря сокращению сроков ремонта графики удалось совместить. И годовое производство энергии достигло в прошлом году рекордной цифры – 28 млрд киловатт-часов. В повышенных социалистических обязательствах, взятых в честь XXVII съезда КПСС, коллектив станции предусмотрел довести годовую выработку электроэнергии до 29 миллиардов киловатт-часов. Строительство Чернобыльской АЭС имени Ленина продолжается. Полным ходом идет сооружение пятого «миллионника», пуск которого намечен на первый год двенадцатой пятилетки. // Правда. 1986. 6 января. Через несколько месяцев мир пережил трагедию Чернобыля.

глаза»⁴⁴³. Социолог и видный аналитик прессы Бернард Рошко утверждает, что «всякая новость имеет природу. Это специальный продукт, отражающий попытку осознать, что происходит в обществе, и это – организационный продукт, отражающий то, как СМИ решили с ним поступить»⁴⁴⁴. Исследователи Э. Дэннис и Д. Мэрилл дают следующее определение: «Новость – это сообщение, в котором представлен современный взгляд на действительность в отношении конкретного вопроса, события или процесса. В новости прослеживаются важные для индивида или общества изменения, которые подаются в контексте общепринятого или типичного. Новость оформляется с учетом консенсуса относительно того, что интересует аудиторию, а также внутренних и внешних ограничений, с которыми приходится сталкиваться соответствующей редакции. Она – результат ежедневно возобновляемой игры по достижению коллективного договора внутри редакций, сортирующих происходящие за конкретный промежуток времени события, с тем, чтобы создать скоропортящийся продукт.

Новость – это несовершенный результат принятия скороспелых решений в ситуации давления извне и изнутри»⁴⁴⁵. Благодаря социально-гуманитарному представлению об информации был сделан шаг в изучении новостной журналистики. Если категория «новостей» является исторически обусловленной, то любое новостное сообщение представляет собой социальный конструкт. Именно новостная история является оценкой «реального мира», так же, как слух, сплетня – это другой вид оценки реальности, а исторический роман – другой»⁴⁴⁶.

На втором этапе инновационных действий осуществляется маркетинговый подход к новостям. Он требует их подбор согласно актуальным и потенциальным интересам читателей, зрителей, слушателей –

⁴⁴³ Липпман У. Указ. соч. С. 204.

⁴⁴⁴ Дэннис Э., Мэрилл Д. Указ. соч. С. 205.

⁴⁴⁵ Там же. С. 205.

⁴⁴⁶ Schudson M. The power of news / Harvard University Press London. 1995. P. 38.

людей, о есть людей, покупающих информацию. Медийная информация для всех – это товар, который может быть условно разделен на две категории. Одна, ориентированная на самых рядовых обывателей, тех, кого называют «серой зоной», состоит из различного рода сообщений, далеких от экономических и социально-политических проблем общества. В этом направлении работает мощная информационная машина, раздувающая спортивные страсти, великосветские слухи, события криминального, эротического, астрологического толка и прочую сомнительную информацию.

Другая категория ориентирована на граждан, которых обывательская информация не удовлетворяет, но у них нет возможностей получить сведения из других источников. Эти потребители информации не потеряли интереса к политической, экономической жизни, но им нужна помощь в формировании устойчивых взглядов. Ситуация совпадает с представлениями российских социологов, которые различают два типа потребительских интересов: потребительские интересы, которые люди удовлетворяют под влиянием разных жизненных обстоятельств, и те, которые удовлетворяются при участии информации средств массовой информации. К средствам массовой информации приобщено 89 % россиян, а не включенных в информационное поле – 11 %. «Приобщенные» – 89 % – делятся еще на два типа людей: на «вовлеченных» – тех, кто находится под влиянием рекламной информации, реагирует на нее в потоке массовой информации и реализует свои потребительские интересы под воздействием «информации для всех» (24 %); на «любопытных» – тех, кто в той или иной степени интересуется прессой, но это никак не отражается на их «потребительском поведении» (65 %) ⁴⁴⁷.

Основной упор в рыночной деятельности маркетинг переносит на эффективное удовлетворение потребностей. В условиях насыщенного рынка уже мало создать отличный новостной продукт. Успеха можно добиться лишь в том случае, когда медийное издание наладит взаимосвязь,

⁴⁴⁷ Антипов К. Паблик рилейшнз. Указ. соч. С. 66-67.

взаимопонимание, создаст атмосферу открытости и сотрудничества с приобщенными к информации людьми. Издатель должен сформировать впечатление непрерывной заботы о нуждах потребителей, их информировании. Одним из основных элементов комплекса маркетинга является система маркетинговых коммуникаций, способствующая достижению общих маркетинговых целей СМИ. Цели эти таковы: мотивация потребителя информации; генерирование, формирование и актуализация информационных потребностей, поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между издателями и потребителями информации, формирование благоприятного имиджа издателя; информирование читателей, зрителей, радиослушателей о деятельности издателя; привлечение внимания желательной аудитории к деятельности издания; предоставление оперативной, эксклюзивной, оригинальной информации; формирование у потребителей информации расположения и доверия к изданию и убежденности доверять только этому изданию; стимулирование акта покупки издания и др. Медийный маркетинг, выражающийся в тиражах и количестве зрителей и радиослушателей, является источником обратной связи.

Маркетинговый подход к информации радикально изменил принципы отбора фактов. Но он «всегда выступает своеобразным «квантом» информации, так как несет сообщение о чем-то, о ком-то. Его социальная роль сохраняется за ним во всех без исключения случаях, независимо от цели конкретного журналистского произведения, его жанровой особенности или формы подачи»⁴⁴⁸. К этому информационному кванту необходимо привлечь внимание: внешним и внутренним оформлением информационного продукта, знанием основных характеристик категории «читательский интерес», так как он «по своей внутренней природе – проявление жизненной установки человека в процессе поиска, приема и переработки информации. Установка в данном случае есть производное от конкретных интересов индивидуума (в

⁴⁴⁸ Прохоров Е.П. Указ. соч.С. 25.

них выражено его социальное положение и, главное, степень осознания им своего положения, которое может варьироваться от непонимания через смутное ощущение до ясного сознания), считает В. Фоминых. По своей внутренней сути читательский интерес действует как фильтр, который в зависимости от того, как настроен, либо пропускает информацию в сознание человека, либо отвергает ее, либо трансформирует под воздействием жестко фиксированной установки. В первом случае, проходя сквозь фильтр читательского интереса, воздействие информации как бы усиливается. Во втором случае, натолкнувшись на отрицательно настроенный читательский интерес, информация не может преодолеть этот фильтр и оказывается в нейтральном положении к сознанию читателя»⁴⁴⁹. Чаще «информация» в процессе фильтрации не просто отвергается или принимается, но, «прежде всего, трансформируется, т.е. под воздействием принятых оценок и мнений приобретает такой оттенок значения, который соответствует системе ранее освоенной информации. В таком случае информация при восприятии как бы приводится к виду, удобному для практического использования»⁴⁵⁰. При этом проводятся исследования глубины рынка, социальные опросы, изучаются вероятностные составляющие поведения потребителей. Кроме того, на втором этапе составляются первоначальные финансовые расчеты инновации.

Третий этап инновационных действий – исследование и внедрение нового медийного продукта. За последние годы новостная журналистика приобрела многообразие форм и методов работы. В абсолютно новом качестве выступают исторически сложившиеся методы подачи оперативных материалов, такие как «испытано на себе», в журналистском активе новые формы – «эвент экшн», «инфотейнмент», «бильдизация», «финишинг», «хедлайн», «слоеный пирог», «опрокинутая воронка», «мелодия события»,

⁴⁴⁹ Фоминых В. Н. Указ. соч. С. 47.

⁴⁵⁰ Пронин Е. И. Печать и общественное мнение. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1971, С. 17.

«накат вопросов», «жесткая новость», «мягкая новость», «диатриба», «соколлоквиум», акции и др.⁴⁵¹

Метод «инфотейнмент» – разыгрывание новости. Главный редактор «Комсомольской правды» В. Сунгоркин дает следующее определение этого метода: «Инфотейнмент», в частности, симбиоз двух слов – «информейшн» и «интертейнмент» – информация, развлечение. Означает этот термин борьбу за продажу: прием нацелен на то, чтобы газету купили. Почему английские слова? Да потому, что они лучше передают смысл того, что нами делается»⁴⁵². Другой метод подачи – финишинг: «Это публикация плюс реакция на нее – вторая, третья, пятая, а потом мы чем-то этот «сериял» завершаем, финишируем»⁴⁵³. «Финишинг» – абсолютно новое, перспективное направление, явление в новостной журналистике. Его прародителями можно назвать рубрику советской печати «Возвращаясь к напечатанному». Но в ней, как правило, сообщалось о мерах, принятых по тому или иному выступлению газеты вышестоящими организациями (наказаны, сняты, восстановлены и т.д.). Финишинг – это журналистский ход, прием, позволяющий обыграть резонанс на выступление газеты, вновь воспроизвести один или несколько аспектов ситуации, но уже в новом, неожиданном повороте, ракурсе. Неожиданность поворота логически перетекает в неожиданные выводы, комментарии. Если инфотейнмент делает новость выпуклой, расширяет ее информационно-новостные границы, то финишинг дает возможность углубления ситуации. Эвент экшн (провоцированное событие) – эта форма организации и подачи новостей достаточно активно используется журналистами и требует довольно тщательной проработки и подготовки⁴⁵⁴.

⁴⁵¹ Васильева Л. А. Делаем новости. М., 2002. 190 с.

⁴⁵² Васильева Л. А. Делаем новости. М.: Аспект пресс, 2003. С. 190.

⁴⁵³ Там же. С. 8.

⁴⁵⁴ Рассмотрим данную форму организации новости на конкретном примере. 29 сентября 2001 года в «Комсомолке» появилось несколько настораживающее объявление. Российско-американский добровольческий центр предлагал работу для настоящих

Еще одно перспективнейшее направление в работе с новостями – акции, действия, предпринимаемые для достижения какой-то цели. В сегодняшней экономической ситуации, когда появились классы бедных и богатых, столь востребованными стали акции. Их цель – помочь человеку. Журналистские акции, как правило, состоят из нескольких этапов и включают в себя:

- извещение о начале акции (старт);
- спонсорскую раскрутку (промежуточный этап);
- подведение итогов.

Новая журналистика по-новому взглянула и на метод «маски», который позволяет сочетать в газете отражение многогранности будничной жизни и социально-психологический анализ ее показа, требует от журналиста не только высокой мобильности и умения в интересах читателя и газеты искать и находить нужные ей связи, но одновременно и качеств социального аналитика. Это позволяло осмысливать истоки недостатков, которые затрагивают интересы многих людей. Желание найти эти болевые точки, испытать на себе все, что рождает соприкосновение с ними, – важнейшие черты реальной демократичности нашей прессы, гражданской зрелости ее представителей. Именно такая позиция журналистов обеспечивает использование ими активных методов сбора достоверной информации с

мужчин в жарких странах с оплатой в твердой валюте. Чуть позднее, 2 октября, уже Мусульманское общество приглашало желающих поизучать в экстремальных условиях священную книгу Коран. Оплата – та же. Достаточно проникательные читатели догадались, что началась вербовка наемников. Такое же было во времена конфликтов в Боснии, Косово, Приднестровье, Чечне. Но ни Российско-американского центра, ни Мусульманского общества никогда не существовало; объявления были журналистской провокацией. Неожиданно желающих рискнуть жизнью оказалось так много, что телефоны приходилось заряжать по нескольку раз на день. Буквально трех суток «Комсомолке» хватило бы, чтобы сформировать пару вполне обеспеченных рот. Из парней без страха и упрека, не отягощенных излишними моральными принципами. Плюс спецгруппу из высококлассных снайперов, подрывников и разведчиков, умеющих даже поднять в небо вертолет (Зачем мы печатали эти объявления? // Комс. правда. 2001. 9 окт.).

помощью метода «маски» не как игру в оригинальность, а в качестве гарантов объективного глубокого познания действительности⁴⁵⁵.

Журналисты, меняющие профессии, специально изнутри познающие их реалии, сами становятся качественно новыми источниками информации. Уже только это само по себе является могучим противодействием банальности. Кроме того, современное использование метода «маски» дает возможность удовлетворять потребности читателя в комментировании фактов и событий, в возможности показа всего того, что служит причиной данного события, раскрывает его источники, внутренние закономерности, последствия. Только таким образом можно помочь читателю точнее определить свое собственное отношение к рассматриваемому явлению и тем самым найти в какой-то мере место в общей цепи событий.

Своеобразие новостных текстов просматривается в повышении информационного уровня отражения действительности до степени удовлетворения читательской потребности в осмыслении происходящих событий. Эта тенденция проявляется в движении в глубину и ширину, в углублении от аналитического восприятия события к формированию у читателей такого же взгляда на отдельное событие, отдельный факт. Все эти качества усиливаются за счет активного введения в информационную структуру метода «маски». Это направление в развитии новостных материалов повышает их эффективность в поисках креативного в повседневном и привычном.

Большие потенциальные возможности скрыты в таких методах подачи, как «соколлоквиум» (беседа с воображаемым собеседником) и «диатриба» (внутренний диалог журналиста). Информационное обеспечение предполагает активную заботу журналистов об информированности аудитории. В качестве механизма решения этой проблемы выступает интерактивная журналистика, предполагающая диалог, – одну из важнейших

⁴⁵⁵ Васильева Л. А., Чернолуцкий В. Н. Журналист меняет профессию. Владивосток, 2000. С. 128; Васильева Л. А. Испытано на себе. Владивосток, 2000. С. 50.

составляющих системы информационного порядка. «Диалог – это своего рода «переговоры с итоговой договоренностью», путь от разногласий через обсуждение к сближению позиций и движение к единому решению. Диалог меньше всего похож на отношения боксеров на ринге и даже на колкие дебаты, когда стороны остаются «при своих интересах». Дух диалога – конструктивный поиск решения в ходе дискуссии, полемики, сопоставления подходов и аргументов, идей и решений. При этом областей диалога множество: это диалог между общественно-политическими силами, между ними и властью, между властью и гражданами; и везде решающую роль играют СМИ. Они ведут диалог между собой, и с властью, и с общественно-политическими силами, и с различными социальными институтами, и с гражданами»⁴⁵⁶. Но диалогические отношения могут возникнуть только тогда, «когда один партнер воспринимает целостный образ другого в качестве желательного партнера взаимодействия на основе его принадлежности к некоей общности, к которой он причисляет самого себя»⁴⁵⁷.

Современному журналисту приходится работать в нескольких форматах, используя разные способы доставки информации потребителю, в том числе и возможности Интернета. Проблема средств массовой информации состоит в том, что они зачастую не генерируют контент, он генерируется в сетях, на форумах, а потом транслируется СМИ. Реалии таковы, что СМИ должны стать инициаторами контента. В ближайшие годы будет нарастать тенденция к индивидуализации информации, дифференцирование ее контента, который будет заказывать на свой гаджет каждый конкретный потребитель. При этом информация должна быть доступна для самой разной аудитории на разных платформах. Нынешняя сила блогов в информационном поле состоит в том, что они, в отличие от традиционных медиа, могут подавать мнение с учетом эмоционального

⁴⁵⁶ Прохоров Е. П. Указ. соч. С. 126.

⁴⁵⁷ Буш Г. Диалогика и творчество. Рига: АВОТС, 1965. С. 30.

состояния блогера, моментально распространять информацию. Через 3-4 года изменятся сами блоги, у всех будут смартфоны с возможностью просмотра видео. Те, кто сможет встроить систему распространения информации в блоги, будет обгонять всех в информационном поле. Запросы современной аудитории – многополярность, оперативность, достоверность. Если в первых двух блогосфера выигрывает благодаря тому, что в ней находятся десятки тысяч человек, то на последнем могут выиграть традиционные медиа. Поэтому не блогосфера будет поглощать медиа, а медиа – блогосферу. Социальные сети в итоге сведутся к обмену видео. Но для этого должны меняться медийные каналы, обществу уже не достаточно транслирования только достоверного факта, нужны эмоции, действие, детали.

Техника стремительно развивается, а люди, работающие в СМИ, не всегда готовы идти в ногу с этими инновациями. Проблема усугубляется отсутствием персонала, который может работать по-новому. Крупные информационные каналы осознали необходимость изменений в связи с развитием Интернета и социальных сетей. То, что касается муниципальных изданий, там все сложнее. У них есть история, сложившийся коллектив, который понимает, что в прежнем режиме он работать уже не может, а по-другому не умеют. Каждая инновационная идея проходит ряд определенных стадий в своем становлении до уровня полноценного бизнеса.

Исследователи в оценке процессов мифореберендинга, инноваций противоположны. Одни видят в них ростки нового, другие – констатируют разрушающее воздействие медийных каналов на культуру, общество. Функционирование современной прессы сводится к формуле: проблема – описание проблемы – реакция общества – решение проблемы властью. Реакция общества не должна быть непосредственной, но общество должно держать власть в напряжении. Власть должна помнить: если она не поведет себя должным образом, то реакция общества непременно последует. То есть

проблемы должна решать не власть, а общество, которое имеет более или менее полную информацию о проблемах, но за словами нет действий.

ВЫВОДЫ. Российская идеология к концу 90-х годов протрезвела от иллюзий, но в плане политической идеологии и мифологии новая власть по-прежнему проигрывала своим предшественникам. Нет четко выраженных идеологических установок, сформулированной национальной идеи. Реформаторы пытались в России совместить несовместимое, старый советский партийно-хозяйственный аппарат и экономический либерализм. Демократическая пресса выступает как доктрина для дальнейшего утверждения власти олигархата как инструмент для проведения властных полномочий. На смену советской мифологии, ориентированной на коммунистический миф, пришла совокупность эклектичных мифологических представлений, состоящая из остаточных компонентов советского мифа, мифов демократии и капитализма, мифов националистического содержания. Древние мыслители Платон и Конфуций учили, что любое дело надо начинать с «исправления имен», то есть с уточнения содержания используемых терминов, соответствующих понятий. Перед брендом ставятся амбициозные задачи. В эти задачи обычно входят дифференциация бренда (усиление его уникальности); усиление бренда (рост лояльности потребителей); увеличение целевой аудитории бренда (привлечение новых потребителей). Удачно проведенный ребрендинг выводит устаревший бренд мифа на новый уровень развития, помогает ему эволюционироваться, делает его привлекательным для внимания общественности, увеличивает его лояльность. Миф получает новые силы, обретает новые качества, становится более привлекательным для общества

Один из первых мифорейбрендингов произошел в Древнем Риме и был связан с переименованием древнегреческих богов. Римляне взяли «систему богов» Греции, переделали ее, сделали ее более понятной для простых римлян, оновили ее. Нащупать новый стиль коммуникации,

ребрендить миф – задача непростая, решаемая путем многочисленных проб и ошибок множества конкретных людей. Это обновление невозможно без обновления персоналий, а это самое слабое место в политике современной России, позиционируемой как одно из коррумпированных государств мира. В транслируемом мифологическом пространстве происходит ребрендинг мифа политического героя, усиливается конструктивная роль стратегического моделирования его мифообраза. Это позволяет понять природу социальных мотиваций групп, определяющих судьбу России. С точки зрения системного, комплексного подхода к развитию и внедрению мифоребрендинга исследованы инновационные точки его опоры: изменяемые, упраздняемые, выявляемые, обращённые к прошлому. В СМИ они не появляются спонтанно, они возникают в результате углубленного предварительного анализа исторических, теоретических аспектов: теории прессы, транслируемого мифотворчества. Система ценностей, вокруг которых строится бренд героя, уже заложена в менталитете новой генерации российских граждан, задача состоит лишь в том, чтобы прочесть то, что записано в их социально-культурном коде. С точки зрения системного, комплексного подхода к развитию и внедрению мифоребрендинга исследованы инновационные точки опоры мифоребрендинга: изменяемые, упраздняемые, выявляемые, обращённые к прошлому. Если цель мифоребрендинга – закрепление в сознании масс ощущения истинности, правомочности брендов новых политических мифов, то главной особенностью инноваций в медийном пространстве является внедрение в их деятельность нового, ранее неизвестного. Несостоятельность мифов их создателей настолько очевидна, что единственной целью жрецов этих мифов является удержание той крошечной власти, которую они еще сохраняют, обслуживая эти мифы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. В проведенном исследовании показаны приоритетные направления печатных СМИ как существенного фактора транслятора мифов применительно к советской политической практике, демократическим реалиям современного российского общества. В советском обществе (1917–1991 гг.) господствовал милленаристский миф, сопровождающий любую сакрализацию 1000-летнего периода времени. Через каналы СМИ он интегрировался в контекст национального историко-политического процесса. Милленаристский советский миф соответствовал логическим законам коммунистического и капиталистического мышления, содержал внутри себя два направления политической мифологии: демиургическое и трикстерское. Демиургическая составная советской мифологии милленаристского коммунизма была характерна для периода строительства, расцвета и частичного пересмотра милленаристского советского мифа (1917–1991 годы). Трикстерская составная – переориентация демиургического советского мифа под требования милленаристского капитализма (1991 по 2000 год). Мифологизация реальности посредством медийных каналов является элементом политики, выражается в деидеологизации/мифологизации действительности, сакрализации вождей, героизации событий и деяний отдельных исторических лиц, обращается к низменным инстинктам и психологии масс. СМИ – великие манипуляторы, мифотворческая природа которых с разной степенью проявляется при любых политических режимах, создавали заданную реальность, конструировали и воспроизводили ее. Миф выступал не столько инструментом манипуляции, сколько «несущей конструкцией», задающей параметры отграничения «своего пространства» от «чужого», что на языке политического процесса отличает друга от врага. Доказано, что новое тысячелетие транслирует бриколаж мифического творчества, состоящего из «осколков» прошедших идеологий советской и российской государственности.

2. Осуществлено обобщение зарубежного исследовательского опыта, представленного трудами, в которых содержатся теоретические обоснования моделей, структуры и функций коммуникативного процесса, статус коммуникантов в политике. Цель массовых коммуникаций – внедрение в сознание людей ценностей в виде системы стереотипов – стандартов поведения, социальных мифов, политических иллюзий (У. Липпман); возможностей идеологического подчинения масс при помощи мифотворчества и мифологизации (Г. Шиллер); посредством массовых коммуникаций, трансляторов мифосимволики, осуществление власти над массой (Ж. Бодрийяр) и др. Автор подчеркивает, что речь может идти о двух парадигмах внедрения массовыми коммуникациями политической мифологии: медиационной и антропоцентрированной. Современные массовые коммуникации, трансляторы мифотворчества, являются мощным средством модификации социального поведения индивидов, общества, корректировки их ценностно-нормативной сферы. Можно утверждать, что это влияние носит многократно усиливающийся «кумулятивный» характер, так как воздействие сообщений массовых коммуникаций велико, они обладают устойчивостью, долговременностью, многоканальностью.

3. Автор обобщает теоретические подходы к изучению марксистско-ленинской теории советской журналистики, канонизировавшей положение о том, что подлинно объективную картину действительности, служащую для верной социальной ориентации масс, может дать пресса, стоящая на позициях коммунистической партийности. Проанализированы возможности механизма реализации этой задачи, конструктом которой выступала мифологема «партийное руководство». За счет постоянного партийного контроля была достигнута беспрецедентная для истории прессы управляемость и охват населения страны. Для ее воспроизводства уже было недостаточно простой агитации, апеллирующей к чувствам советских людей, необходимостью стала пропаганда принципа партийного

руководства, его логического обоснования примерами исторического прошлого и настоящей общественно-политической жизни». Директивное воздействие на прессу объяснялось не только прямым подчинением СМИ партийным комитетам, но и особой организационной структурой советской журналистики. В конце 90-х годов сформировался новый исследовательский пласт журналистики, на смену мифологеме «партийное руководство» пришла обоснованная методология, отработанные методики беспристрастного анализа.

4. Автор доказывает, что мифотворчество, распространяемое прессой, способствовало укреплению власти, а процесс создания мифов совмещал в себе два взгляда: диахронический аспект (из прошлого или в прошлое) и синхронический аспект (средство объяснения настоящего). В мифах, представляемых печатью, все было перевернутым: пространство и время, визуальное и вербальное пространство, категории сознания. Идеологическое воздействие на общественное сознание, превратное толкование фактов, способ и содержание латентного влияния предопределяли содержание, квинтэссенцию миллениаристского советского мифа и его демиургической составной. Процесс перестройки мышления требовал и формировал специфические особенности предмета отражения, передаваемого прессой, – создание портрета массы, передачи коллективного настроения, коллективных поступков, показа техники, рассказов о технологии. Пролетарская пресса на невиданные высоты подняла архетип близнецов, пролетарских демиургов, стоящих у начала мира. Первая пара близнецов – Маркс и Энгельс, далее – Ленин и Сталин Их мифообразы, скрепы демиургической составной миллениаристского мифа, являлись непререкаемой догмой советской политической системы. Она реализовывала себя в двух плоскостях: визуальной и вербальной. По мнению автора, увеличение знакового пространства можно рассматривать как проявление символов мощи и власти. Вербальное пространство являло собой строго обозначенное системное поле.

Семиотические структуры формировали погруженного в них человека, маркировали его позицию в социуме. Советский миф был иррациональным в своей рациональности; он объяснял то, чего не было в действительности; восстанавливал необходимую для него социальную картину, разрушенную во время революционных действий; пытался структурировать действительность, когда эту картину восстановить было невозможно; проецировался на любой событийный ряд и становился дискурсом национального советского проекта. Печатная пресса активно вводила в оборот мифологические модели: мифостатистику, инициации, миф героя и антигероя, жертвы и жертвенности, архетипы близнецов, хорошего/плохого пространства и т.д. В политическом процессе советского общества в равной степени были представлены вербальная (нарративная) и ритуальная формы презентаций мифов, ограничивая целостное восприятие образов аудиторией прессы. В печатных текстах базисно отсутствовал индивидуальный фактор, они выступали как составная часть психологического кодирования общества («Кто духом бодр и сердцем молод – в руки книгу, серп и молот!»), индивидуальные качества растворялись в равенстве элементов, единообразии, повторе, препятствующих рождению нового.

5. Автор осуществил анализ печатной прессы Великой Отечественной войны. Ее деятельность строилась на фундаменте национальной идентичности во всех ее видах, политическом, мифологическом, культурном. Политическое мифотворчество, передаваемое печатной прессой, являло собой могучий резерв консолидации общества. Оно усиливалось в массовом сознании в периоды социальных катаклизмов, экстремальных ситуаций, вызывающих к жизни новые комбинации этнических субстанций, преображая их в новые суперэтнические системы. Мифотворчество плотно входило в тексты, представляемые прессой, оно становилось значимым звеном для патриотического воспитания общества, соединяло интеллектуальную системную информацию с несвязанной информацией

сферы бессознательного. Мифы, представленные в текстах, перестраивали модель человеческого поведения, процессы мифотворчества и мифологизации кодифицировали мысли людей, укрепляли мораль, предлагали определенные правила поведения и санкционировали обряды, рационализировали и оправдывали жесткие социальные установки. Мифическая логика достигала своих целей как бы ненароком, окольными путями, с помощью материалов, к этому специально не предназначенных, способом бриколажа, оттенка, рикошета в человеческое сознание. В функционально-предметном развитии печатной прессы определяющее значение имело представление о мотивах борьбы. Здесь в ином качестве работала энергетика мифа. Аксиоматика героизма и жертвенности в условиях войны стала ведущей координатой идеологического влияния.

6. Автором был исследован конструктивистский потенциал мифов вождизма, их способность создавать групповую и коллективную идентичность, посредством каналов СМИ видоизменять мифические параметры памяти. Мифы вождизма в советской прессе реализовывались по христианским канонам, в визуальном и вербальном пространстве обязательно присутствовала мифологема Солнца («ленинская /сталинская правда светлее солнца»). Стандартные изображения В. И. Ленина, И. В. Сталина с детьми на фотографиях и картинах копировали модель Мадонны с младенцем; В. И. Ленина, И. В. Сталина с соратниками – Христа среди апостолов; В.И. Ленина, И. В. Сталина среди рабочих – Христа среди людей. Советская пресса, представляя мифы вождизма, опирались на систему координат: «герой – антигерой». Вчерашние герои становились героями показательных судов, карательные меры были жестки и категоричны, репортажи из залов суда занимали первые полосы всех центральных и местных изданий. Тенденция в прославлении воли, величия вождей в прессе прослеживалась в военные, послевоенные годы. Мифические качества вождей продолжают оставаться стержнем, на основе которого строится

печатная пропаганда. После смерти вождей мифологическая космогония не сдает свои позиции. Работа по трансформации и приостановке гигантского мифологического проекта вождизма, тормозящего развитие страны, по сути, никогда не велась. Проект продолжает работать, он воспроизводит в массовом идеологическом сознании мифы, легко приспособивая их к вызовам и стилистике реальности, продолжая возрождать мифы вождизма. У российских медиа нет осознанных, системных попыток сформировать у общества чувство неприятия, морального осуждения тоталитарных мифологических героев.

7. Автор осуществил анализ причин значимости мифотворчества, усиленного печатной прессой. Миф, не оправившись после «культы», внутренне перестраивался, приспособивался к изменившейся ситуации. Идеологические метаморфозы периода «застоя» заключались в том, что советская система утрачивала символично-мифическую привлекательность. Мифотворчество и мифологизация, оставаясь на уровне смыслового и интерпретационного контекста, представляли собой транслируемое информационными каналами коллективное знание, которое обеспечивало совмещение когнитивных, познавательных горизонтов индивида, членов группы, а иногда и социума в целом. Политическая идея, вызывавшая к жизни политическую мифологию, создавала символическое пространство, в котором реализовались необходимые для общества установки. По мнению автора, мифы, транслируемые прессой, обладали противоречивыми свойствами, так как по своей структурно-функциональной предназначенности в обществе они были многофункциональны. Сложившаяся ситуация способствовала тому, что прессой в активный оборот вводится миф о сотворении мира, с некоторым «приземлением» идеалов». Подобный оракульно-оптимистический настрой должен был служить эмоциональным противовесом разоблаченному мифу вождизма. Политическое влияние прессы на массовое сознание граждан исследуемого

периода было малоэффективным. Для разрядки ситуации, общественного напряжения в обществе необходимы были праздники. Уровень поддержки праздников зависел от того, насколько государство было готово придавать им значимость и символизм. В период «застоя» широкие масштабы приобрел транслируемый прессой миф «героя»: миф Героев Советского Союза дополнялся Героями Социалистического Труда. Он создавал в обществе особый психологический климат, позволявший до некоторой степени компенсировать очевидный дисбаланс между масштабностью идеологических целей и ограниченностью у государства и социума ресурсов их достижения. Процесс приспособления мифов шел посредством их демифологизации, на политическом Олимпе был уничтожен миф «близнецы» – пара Ленин и Сталин, другие революционные вожди.

8. Автор исследует прессу периода «перестройки», которая маркировалась приходом к власти новой пары вождей – демиургов, вождей – «близнецов»: «Ю. В. Андропов – М. С. Горбачев». Мифологическая составляющая времени правления Ю. В. Андропова, представляемая печатью, была обозначена мифологемой «врага», с уточнением – «профилактированного врага» (диссидентов). Автор показывает, что сложившаяся политическая ситуация способствовала усилению тяги людей к архаике и архаическим элементам в обществе, сохранившимся или превращенным. До конца 80-х гг. пресса оставалась органической структурой однопартийной политической системы. Она предлагала обществу не только информацию, но идеи и мировоззрение, образы социальных взаимодействий и институтов, которые, будучи ежедневно озвученными, во многом определяли, что является нормальным, а что девиантным. Особенности мифотворчества и мифологизации состояли в том, что они, в отличие от предшествующих мифов, которые объективно складывались в процессе жизнедеятельности человечества, создавались и конструировались искусственно, специально поддерживались и распространялись. В

исследуемый период миф возродился не как система мирообъяснения, а как мозаичный метод мышления, который более связан с разрушительной, чем созидательной функцией. Неоднократно повторенный, он становился носителем собственной истины, не поддающейся рациональному объяснению. Общественное сознание общества периода «перестройки» активно демифологизировалось. Демифологизация была поставлена на службу идеологии тоталитарных режимов (миф «золотого века», превращенный в идею коммунизма, мифологизация фигур вождей и т.д.).

В процессе «перестройки» в текстах, представляемых прессой, отчетливо проявилось противостояние между сторонниками проводимых в России реформ. Газетные дискуссии развернулись вокруг принципиального вопроса: строить ли обновленный социализм на рыночной основе или рынок неизбежно приведет к капитализму как способу производства? В действие вступали законы демифологизации, «развенчание власти мифа», «освобождение от мифического плена». Новые мифы внедрялись через шок, который позволял отменить действие предыдущих мифов. Главный перестроечный миф – миф «вождя» Горбачева, коммуниста-реформатора, которого на Западе считают «отцом российской демократии», а на родине ругают за развал Советского Союза.

9. Автор показывает, что номенклатурная революция 1991 г. знаменовала собой крах авторитарно-бюрократической системы и распад СССР. Во время ельцинской «бескровной революции» смены «держав» не произошло, принципиально другой идеологии выработано не было. Б. Н. Ельцин, находясь в пределах старого миллениаристского мифа, не испытывал потребности в поиске мифоосновы для идеологии, он просто придал старому мифу новый вид, оказавшись на короткое время «творцом», ремейкером-трикстером политического бриколажа. Политические мифы рождались, умирали, но ни один из них не получил логического оформления, не вырастал в мифологию. Рождение мифологем «свобода слова»,

«гласность» были следствием принятого в октябре 1991 года закона «О средствах массовой информации». Пресса активно внедряла в сознание граждан образ демократического вождя, сопровождая уточнением «Ельцин – это свобода слова». Миф «свобода прессы» был вытеснен мифом – «олигархическая медиакратия». Политическая реальность в российских средствах массовой информации была доведена до того уровня, на котором реальность становится для журналистов постигаемой, включенной в собственный порядок вещей, а политические мифы конституируют социальное и политическое пространство, так как формы демократической власти не представляются без сакрального мышления. Механизмы сакрализации были направлены на упрочение действующей политической структуры. Смысл новых мифов выступал как латентный и зависел от политического момента. Мифотворчество, представляемое прессой, декларировало свободу создания свободного общества свободных людей, а содержание каждый раз конкретизировалось в зависимости от тех социальных условий, в которых они использовалась, учитывая то, что идеологические представления коренятся в глубинах человеческого подсознания. Печатная пресса воспринимались как территория личностей: Е. Яковлев, А. Коротич, Б. Третьяков и др. Их образы внедрялись в сознание масс как сложное и многомерное порождение их индивидуальной психики и творчества. Так зарождался миф «о свободном журналисте». Таким образом, факты свидетельствуют не о становлении нового государства, новой прессы, не об их рождении после коммунистического прошлого, а о метаморфозе и вступлении той «державы», которая рождалась в 1917 году, в стадию деградации и медленного разложения. Современная власть есть прямая преемница социалистической государственности, сакральные элементы в современной России существуют и поныне, структурируют существующее политическое пространство. Получатели сообщений превращаются в толпу, они могут лишь пассивно воспринимать сигналы от «коммуникатора-суггестора». Манипуляторы сознанием делали немало для достижения своих

целей, так как располагали различными средствами, получаемыми из корпоративных и правительственных бюджетов. Но они не смогли предотвратить рост понимания истинной сути существующей системы», так как манипуляция несовместима с диалогом и общественными дебатами.

10. Автор показывает, что новая власть оказалась немощна в плане «мифологизирования» государственности, которой она никогда не занималась, так как за идеологическую составляющую в советское время отвечала компартия. Обновленные мифологические интерпретации выступали как одно из средств «подтягивания» реальности до желаемого уровня, позитивного или негативного. В итоге в обществе использование функциональных особенностей мифотворчества имело деструктивные последствия для духовной культуры всего социального организма. Несмотря на кажущиеся радикальные перемены, которые потрясли страну в 90-е годы, общество продолжает жить в старых идеологических установках и координатах. Изменились некоторые элементы экономики, общественные предпочтения и моральные ценности, но мифосоставляющая государственности новой России осталась прежней. Медиа всех уровней настойчиво и целенаправленно убеждают российских граждан в бесперспективности идеологии пролетариата, в обиход вошли и заняли ведущее место «потребительские» мифы, упрощающие реальность, нивелирующие противоречия, уводящие от действительных проблем. Именно в момент поражения становится видимой внутренняя слабость любой пропаганды. Современная политическая ритуальность автоматически копировала зарубежные образцы, национальную архаику. Не фундаментальные принципы технологии мифотворчества, а технологические нюансы составляют решающую часть в технологии мифотворчества различных политических сил, воздействующих на современный политический процесс. Новейшие мифы, выполняя определенные функции в коммуникационном пространстве, видоизменялись, по законам «антимифа»

низводились до уровня «черно-белого упрощения», формировались в пылу борьбы со старыми догмами, некорректно, с помощью фальсификаций. Для практического и универсального применения схемы, объясняющей воздействие мифа на массовое сознание, на деятельность политических институтов, существует препятствие: исследователь, превративший ее в инструмент политического анализа, должен быть согласен с тем, что техника мифотворчества одинакова в тоталитарных и в демократических обществах.. Такой подход реален, но при условии, что социально-политический миф рассматривается как явление надисторическое, допускающее разнообразие форм, при отсутствии интереса к исторической фактуре. Предлагая человеку заданную картину мира, мифосимволика формировала искаженное представление об окружающей реальности, пресса давала негативные представления о добре и зле и др. Соответственно, новые мифические образы способствовали негативному поведению человека, нигилистическому мышлению, так как не соответствовали реалиям жизни социума. Искусственно создаваемое мифотворчество реально влияло на функционирующее сознание, которое никогда полностью не может быть избавлено от мифологических по происхождению образований. В свое время мифология уступала ведущую роль ряду специализированных форм общественного сознания, на рубеже третьего тысячелетия происходит ее возрождение, но не как системы мирообъяснения, своеобразного метода мышления, который связан больше с разрушительной, чем с созидательной функцией.

11. Автор исследует феномен активного мифоребрендинга в прессе, смену бренда мифа политического героя, политических партий. Перед брендом ставятся амбициозные задачи, в которые входили: дифференциация бренда (усиление его уникальности); усиление бренда (рост лояльности потребителей); увеличение целевой аудитории бренда (привлечение новых потребителей). Удачно проведенный ребрендинг выводил устаревший бренд

мифа на новый уровень развития, помогал ему эволюционироваться, делал его привлекательным для внимания общественности, увеличивал его лояльность. Миф получает новые силы, обретает новые качества, становится более привлекательным для общества. С точки зрения системного, комплексного подхода к развитию и внедрению мифоребрендинга исследованы инновационные точки его опоры: изменяемые, упраздняемые, выявляемые, обращённые к прошлому. В СМИ они не появляются спонтанно, они возникают в результате углубленного предварительного анализа исторических, теоретических аспектов: теории прессы, транслируемого мифотворчества. Система ценностей, вокруг которых строится бренд героя, уже заложена в менталитете новой генерации российских граждан, задача состоит лишь в том, чтобы прочесть то, что записано в их социально-культурном коде. Если цель мифоребрендинга – закрепление в сознании масс ощущения истинности, правомочности брендов новых политических мифов, то главной особенностью инноваций в медийном пространстве является внедрение в их деятельность нового, ранее неизвестного. Несостоятельность мифов их создателей настолько очевидна, что единственной целью жрецов этих мифов является удержание той крошечной власти, которую они еще сохраняют, обслуживая эти мифы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

I. Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации: принята всенарод. голосованием 12 дек. 1993 г. – М.: Проспект, 1999. – 47 с.
2. Конституция Российской Федерации: (офиц. текст на 1 авг. 2003 г.): постат. науч.-практ. коммент. / сост. А. Т. Гаврилов. – М.: Б-ка «Рос. газеты», 2003. – 178 с. – (Кодексы РФ).
3. Конституция СССР: политико-правовой комментарий. – М.: Политиздат, 1982. – 38 с.
4. Декрет о печати от 27 октября (9 ноября) 1917 г. // Декреты Советской власти. Т. I. – М.: Госполитиздат, 1957. – С. 241.
5. XVIII съезд Всесоюзной коммунистической партии (б). 10–21 марта 1939 г.: стенографический отчет. – М.: Госполитиздат – ОГИЗ, 1939. – 744 с.
6. Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации: [сб.] / Организация Объединенных наций по вопросам образования, науки и культуры, Ин-т «Открытое общество», Центр права и средств массовой инф.; [ред. сост. М. В. Панярская, А. Г. Рихтер]; науч. коммент. Л. А. Федотова. – М.: Гардарика, 1996. – 294 с.
7. О партийной и советской печати: сб. – М.: Правда, 1954. – 694 с.
8. О партийной и советской печати, радиовещании и телевидении: сб. документов. – М., 1972. – 702 с.
9. Сборник законов Российской Федерации. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. – 606 с.
10. Справочник журналиста / сост. Н. Г. Богданов, Б. А. Вяземский. – 3-е перераб. и доп. изд. – Л.: Лениздат, 1971. – 687 с.

II. Архивные материалы

1. РГАНИ (Российский государственный архив новейшей истории). Ф. 5. Оп. 6. Д. 25. Л. 218–219.
2. РГАНИ. Ф. 5. Оп. 33. Д. 122. Л. 20-23.
3. РГАНИ. Ф. 5. Д. 32. Л. 237-238.
4. РГАНИ. Ф. 5. Оп. 59. Д. 25. Л. 15–46.
5. РГАНИ. Ф. 5. Оп. 59. Д. 32. Л. 237–266.
6. РГАНИ. Ф. 5. Оп. 60. Д. 23 Л. 158–159.
7. РГАНИ. Ф. 9 Оп. 9. Д. 107 Л. 1-7.

III. Монографии, сборники, материалы сборников и конференций

1. Авторханов, А. Империя Кремля / А. Авторханов. – Минск: Политфакт, 1991. – 112 с.
2. Акопов, А. И. Аналитические жанры публицистики: Письмо. Корреспонденция. Статья: учебно-методическое пособие для студентов-журналистов / А. И. Акопов. – Ростов н/Д.: Изд-во Института массовых коммуникаций, 1996. – 51 с.
3. Аксютин, Ю. В. От Сталина к Брежневу: авторитарно-бюрократическая система: генезис, эволюция, механизмы функционирования / Ю. В. Аксютин, В. В. Журавлев // Куда идет Россия? Формальные институты и реальные практики: Международный симпозиум, 18–19 янв. 2002 г. / Моск. высш. шк. соц. экон. наук; ред. Т. И. Заславская. – М.: МВШСЭП, 2002. – С. 303.
4. Актуальные проблемы теории коммуникации. – СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2004. – 362 с.
5. Алексеев, В. Н. Взаимодействие идеологии и общественной психологии // Проблемы общественной психологии. – М.: Политиздат, 1965. – С. 235–272.
6. Алмонд, Г. Сравнительная политология сегодня: мировой обзор / Г. Алмонд, Дж. Пауэлл [и др.]. – М.: Аспект–Пресс, 2002. – 537 с.

7. Андропов, Ю.В. Учение Карла Маркса и некоторые вопросы социалистического строительства в СССР//Коммунист. 1983. № 3.
8. Андрунас, Е. Ч. Информационная элита: Корпорация и рынок новостей / Е. Ч. Андрунас. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1991. – 209 с.
9. Анохин М. Г., Павлютенкова М. Ю. Авангардные информационные технологии PR: возможности и перспективы. // Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общ. ред. В. С. Комаровского. /М. Г. .Анохин, М. Ю. Павлютенкова - М.: Изд-во РАГС, 2001. С. 408-425.
10. Антипов, К. Паблик рилейшнз / К. Антипов. – М.: Дашков и Ко, 2001. – 148 с.
11. Антонов, К. А. Телевизионные новости в массово-коммуникационном процессе: социологический анализ социально-политического конструирования / К. А. Антонов – ГОУ ВПО «Кемеровский госуниверситет». – Кемерово: ООО «Фирма ПОЛИГРАФ», 2006. – 282 с.
12. Арбатов, Г.А. Идеологическая борьба в современных международных отношениях. Доктрина, методы и организация внешнеполитической пропаганды империализма / Г. А. Арбатов М.: Политиздат, 1970. – 351 с.
13. Арендт, Х. Истоки тоталитаризма / Х. Арендт; под ред. М. С. Ковалевой, Д. М. Носова. – М.: ЦентрКом, 1996. – 672 с.
14. Артемов, В. Л. Анатомия лжи / В. Л. Артемов. – М.: Политиздат, 1973. – 234 с.
15. Афанасьев, В. Г. Общество: системность, познание и управление / В. Г. Афанасьев. – М.: Политиздат, 1981. – 432 с.
16. Афанасьев, А. Н. Дерево жизни: избр. ст. / А. Н. Афанасьев. – М.: Современник, 1982. – 464 с. – (Б-ка российской словесности).
17. Афанасьев, В. Г. Системность и общество / В. Г. Афанасьев. – М.: Политиздат, 1980. – 368 с.

18. Афанасьев, В. Г. Социальная информация и управление обществом / В. Г. Афанасьев. – М.: Политиздат, 1975. – 408 с.
19. Бакулев, Г. П. Массовые коммуникации. Западные теории и концепции. Г. П. Бакулев. – М.: Аспект пресс, 2010. – 192 с.
20. Барабохин, Д. А. Профессионально-журналистские издания и руководство печатью в первые годы советской власти // Журналистика. Наука. Образование. Практика. – Л. Изд-во Ленинград. ун-та, 1971. – С. 98–112.
21. Барт, Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика / Р. Барт; сост. Г. К. Косикова. – М.: Прогресс, 1994. – 615 с.
22. Барт, Р. Мифологии / Р. Барт. – М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996. – 315 с.
23. Барт, Р. Писатели и пишущие // Избранные работы: семиотика, поэтика. М.: Прогресс, 1994. С. 135-136.
24. Баталов, Э. Я. В мире утопий / Э. Я. Баталов. – М.: Наука, 1989. – 349 с.
25. Беглов, С. И. Внешнеполитическая пропаганда / С. И. Беглов. – М.: Высш. шк., 1980. – 368 с.
26. Беневоленская, Т. А. Композиция газетного очерка / Т. А. Беневоленская. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1975. – 88 с.
27. Бердяев, Н. А. Истоки и смысл русского коммунизма / Н. А. Бердяев; ред. Э. Ф. Володин. – Репринт. воспроизв. изд. – М.: Наука, 1990. – 224 с.
28. Бережной, А. Ф. Ленин – создатель печати нового типа / А. Ф. Бережной. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1971. – 380 с.
29. Березин, В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В. М. Березин. – М.: РИП–холдинг, 2003. – 174 с.
30. Бжезинский, З. Великая шахматная доска: Господство Америки и его геостратегические императивы / З. Бжезинский; пер. с англ. О. Ю. Уральского. – М.: Междунар. отношения, 1999. – 256 с.

31. Блэк С. Public Relations. Что это такое? / С.Блэк. – М.: Новости, 1990. – 239 с.
32. Богомолова, Н. Н. Социальная психология массовой коммуникации / Н. Н. Богомолова. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 191 с.
33. Богомолова, Н. Н. Социальная психология печати, радио, телевидения / Н. Н. Богомолов. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1991. – 128 с.
34. Бодрийяр, Ж. Реквием по масс-медиа. Поэтика и политика // Альманах российско-французского центра социологии и философии ин-та социологии РАН. – М.: СПб.: 1999. – С. 193–226.
35. Борисов, Б. Л. Технологии рекламы и PR / Б. Л. Борисов – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. – 618 с.
36. Бронтман, Л. К. Информация в газете / Л. К. Бронтман. – М.: ВПШ при ЦК ВКПб, 1948. – 28 с.
37. Буданцев, Ю. П. В контексте жизни: Системный подход и массовая коммуникация / Ю. П. Буданцев. – М.: Мысль, 1979. – 262 с.
38. Буданцев, Ю. П. Системность в изучении массовых информационных процессов / Ю. П. Буданцев. – М.: Изд-во ун-та Дружбы народов, 1986. – 166 с.
39. Бурдей, Г. Д. Историческая наука в годы Великой Отечественной войны. Документы и материалы. Вып. 1: Историческая периодика. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1995. – 109 с.
40. Бурдей, Г. Д. Историк и война 1941–1945 / Г. Д. Бурдей. – Саратов, – 1991. – 594 с.
41. Бурдые, П. Социология политики / П. Бурдые; ред. Н. А. Шматко. – М.: Sosio-Logos, 1993. – 333 с.
42. Бутенко, А. П. От коммунистического тоталитаризма к формированию открытого общества в России / А. П. Бутенко. – М.: Магистр, 1997. – 48 с.

43. Бутенко, А. П. Откуда и куда мы идем? Взгляд философа на историю советского общества текст / А. П. Бутенко. – Л.: Лениздат, 1990. – 288 с.
44. Бухарцев, Р. Г. Творческий потенциал журналиста / Р. Г. Бухарцев. – М.: Мысль, 1985. – 220 с.
45. Буш, Г. Диалогика и творчество / Г. Буш. – Рига: АВОТС, 1985. – 318 с.
46. Вартанова, Е. Л. Северная модель в конце столетия: печать, телевидение и радио северной Европы между государственным и рыночным регулированием / Е. Л. Вартанова. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1997. – 183 с.
47. Вартанова Е. Л. Теория СМИ: Актуальные вопросы / Е. Л. Вартанова – М.: МедиаМир, 2009. – 488 с.
48. Вартанова Е. Л. Финская модель на рубеже столетий. Информационное общество и СМИ Финляндии в европейской перспективе. / Е. Л. Вартанова. – М., 1999. – 287 с.
49. Варустин, Л. Э. Пресса и власть / Л. Э. Варустин. – СПб.: Изд-во Ленингр ун-та, 1995. – 267 с.
50. Варустин, Л. Э. Тайна газетной строки / Л. Э. Варустин. – Л.: Изд-во Ленинград. ун-та, 1971. – 138 с.
51. Василенко, И. А. Политические процессы на рубеже культур / И. А. Василенко. – М.: Эдиториал УРСС, 1998. – 210 с.
52. Васильева, Л. А. Газеты Дальнего Востока (1917–1987 гг.) / Л. А. Васильева, П. А. Касьянова. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 1989. – 136 с.
53. Васильева, Л. А. Делаем новости / Л. А. Васильева. – М.: Аспект пресс, 2002. – 190 с.
54. Васильева, Л. А. Журналист меняет профессию / Л. А. Васильева, В. Н. Чернолуцкий. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2000. – 130 с.

55. Васильева, Л. А. Испытано на себе: Современные тенденции в расследовательской журналистике / Л. А. Васильева. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2000. – 50 с.
56. Васильева, Л. А. О взаимодействии областного телевидения, районной печати и радио / Л. А. Васильева, В. Г. Осинский // Проблемы журналистики. – Л.: Изд-во Ленинград. ун-та, 1975. – С. 35–43.
57. Васильева, Л. А. Я – пресс-секретарь / Л. А. Васильева. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2006. – 77 с.
58. Васильева, Л. А. Ребрендинг мифа политического героя в медийном пространстве современной России. (В кн.: *Materialy X Mezinarodni vedecko-prakticka konference MODERNI VYMOZENOSTI VEDY 27.01.2014-05.02.2014. Dil 14. Politicke vedy Filosofie. Praha Publshing House «Edicatiijn and Science» s.o.r. 2014. P. 9–16*).
59. Вебер, М. Избранные произведения / М. Вебер; сост., общ. ред. Ю. Н. Давыдова. – М.: Прогресс, 1990. – 804 с.
60. Вернадский, Г. В. Ленин – красный диктатор / Г. В. Вернадский. – М.: Аграф, 1998. – 320 с.
61. Вершинин, М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе / М. С. Вершинин. – СПб.: Михайлов, 2001. – 253с.
62. Веселовский, А. Н. Историческая поэтика / А. Н. Веселовский. – М.: Высш. школа, 1989. – 648 с.
63. Винер, Н. Кибернетика и общество / Н. Винер; пер. Е. Г. Панфилова; общ. ред и предисл. [с. 5-22] Э. Я. Кольмана. – М.: Изд-во иностр. лит., 1958. – 200 с.
64. Винер, Н. Кибернетика, или управление и связь в животном и машине / Н. Винер. – М.: Сов. Радио, 1968. – 326 с.
65. Винер, Н. Человек управляющий / Н. Винер. – СПб.: Питер, 2001. – 288 с.

66. Власов, А. И. Как создают обман: о современной американской пропаганде / А. И. Власов. – М.: Междунар. отношения, 1969. – 84 с.
67. Власов, А. И. Политические манипуляции: (история и практика средств массовой информации США) / А. И. Власов. – М.: Междунар. отношения, 1982. – 303 с.
68. Воронина, Т. П. Информационное общество: сущность, черты, проблемы / Т. П. Воронина – М.: Наука, 2005. – 344 с.
69. Воронцов, Ю. В. Основные направления механизмов буржуазной пропаганды / Ю. В. Воронцов. – М.: Мысль, 1972. – 243 с.
70. Гаджиев, К. С. Политическая наука / К. С. Гаджиев. – М.: Междунар. отношения, 1994. – 397 с.
71. Гайдар, Е. Т. Государство и эволюция / Е. Т. Гайдар. – М.: Евразия, 1998. – 128 с.
72. Галумов, Э. А. Основы PR / Э. А. Галумов. – М.: ИД «Летопись XXI века», 2004. – 408 с.
73. Гегель, Г. В. Ф. Философия права / Г. В. Ф. Гегель. – М.: Мысль, 1990. – 524 с.
74. Гегель, Г. В. Ф. Энциклопедия философской науки. Т. 1 / Г. В. Гегель. – М.: Мысль, 1979. – 452 с.
75. Глоба, П. П. Сигнатуры. Словарь знаков на теле. / П.П.Глоба 19.01.1993 г.
76. Голосовкер, А. Я. Логика мифа / А. Я. Голосовкер; ред. Е. М. Мелетинский. – М.: Наука, 1987. – 218 с.
77. Горбачев, М. «Перестройка и новое мышление. М.: 1988. С. 47–48.
78. Горохов, В. М. Закономерности публицистического творчества / В. М. Горохов. – М.: Мысль, 1975. – 192 с.
79. Грабельников, А. А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий: итоги и перспективы / А. А. Грабельников. – М.: РИП-Холдинг, 2001. – 334 с.

80. Грабельников, А. А. Средства массовой информации постсоветской России. М.: Изд-во Российского университета Дружбы народов, 1996. 168 С.
81. Грачев, М. Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития / М. Н. Грачев. – М.: Прометей, 2004. – 328 с.
82. Грачев, М. Н. Политическая коммуникация: теоретико-методологический анализ : дис. ... д-ра полит. наук / М. Н. Грачев. – М., 2005. – 428 с.
83. Громов, Е. С. Сталин: власть и искусство / Е. С. Громов – М.: Республика, 1998. – 495 с.
84. Грушин, Б. А. Массовое сознание: опыт определения и проблемы исследования / Б. А. Грушин. – М.: Политиздат, 1987. – 368 с.
85. Гудков, Л. Д. Негативная идентичность: статьи 1997-2000 гг. / Л. Д. Гудков. – М.: Новое литературное обозрение ВЦИОМА, 2004. – 816 с.
86. Гулыга, А. В. Мифы как философская проблема // Античная культура и современная наука / А. В. Гулыга. – М.: Наука, 1985. – 344 с.
87. Гумилёв, Л. Н. Этногенез и биосфера земли / Л. Н. Гумилёв. – М.: ДИДИК, 1997. – 638 с.
88. Гуревич, А. Я. Средневековый мир: культура безмолвствующего большинства / А. Я. Гуревич. – М.: Искусство, 1990. – 396 с.
89. Гуревич, П. С. Пропаганда в идеологической борьбе / П. С. Гуревич. – М.: Высш. шк., 1987. – 262 с.
90. Гуревич, П. С. Социальная мифология / П. С. Гуревич. – М.: Мысль, 1983. – 175 с.
91. Гуревич, С. М. К. Маркс и Ф. Энгельс – основоположники теории коммунистической журналистики / М. С. Гуревич. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1973. – 158 с.
92. Гус, М. Информация в газете (опыт практ. пособий) / М. Гус. – М.: Госиздат, 1930. – 261 с.

93. Джилас, М. Лицо тоталитаризма / М. Джилас. – М.: Новости, 1992. – 544 с.
94. Дзялошинский, И. М. Журналистика соучастия: как сделать СМИ полезными людям / И. М. Дзялошинский. – М.: Престиж, 2006. – 104 с.
95. Дзялошинский, И. М. Информационное пространство России / И. М. Дзялошинский. – М.: Моск. центр Карнеги, 2001. – 30 с.
96. Дойч, К. Нервы управления: модель политической коммуникации / К. Дойч. – М.: Наука, 1993. – 80 с.
97. Дубин, Б. В. Россия нулевых: политическая культура, историческая память, повседневная жизнь / Б. Дубин. – М.: РОССПЭН, 2001. – 391 с.
98. Дьяконов, И. М. Архаические мифы Востока и Запада / И. М. Дьяконов. – М.: Наука, 1990. – 247 с.
99. Дьяконов, И. М. Предисловие // Мифология Древнего мира./ И. М. Дьяконов. – М.: Наука, 1977. – С. 15–16.
100. Дэннис, Э. Беседы о масс-медиа / Э. Дэннис, Д. Мэрилл. – М.: Вагриус, 1997. – 384 с.
101. Желев, Ж. Фашизм: тоталитарное государство / Ж. Желев. – М.: Новости, 1991. – 336 с.
102. Жирков, Г. В. Советская крестьянская печать – один из типов социалистической прессы / Г. В. Жирков. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1984. – 179 с.
103. Жирков, Г. В. Становление и развитие советской крестьянской печати как одного из типов социалистической прессы. Историко-типологический аспект: автореф. дис. ... д-ра филол наук / Г. В. Жирков. – Л., 1987. – 31 с.
104. Задорин, И., Буров, Ю., Сюткина, А. СМИ и массовое политическое сознание: взаимовлияние и взаимозависимость // Российское общество: становление демократических ценностей. М.: Гендальф, 1999. С. 175-195.

105. Западов, А. В. Мысль и слово. Из наблюдений над литературной работой В. И. Ленина / А. В. Западов. – М.: Политиздат, 1970. – 260 с.
106. Засурский, И. И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы / И. И. Засурский. – М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 2001. – 288 с.
107. Засурский, И. И. Масс-медиа второй республики / И. И. Засурский. – М.: Изд-во МГУ, 1999. – 270 с.
108. Засурский, Я. Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990–2004 / Я. Н. Засурский. – М., 2004. – 464 с.
109. Здоровега, В. И. В мастерской публициста: проблемы теории, психологии публицистического мастерства / В. И. Здоровега. – Львов: Изд-во Львов. ун-та, 1969. – 239 с. – Укр.
110. Здоровега, В. И. Слово тоже есть дело: некоторые вопросы публицистики / В. И. Здоровега. – М.: Мысль, 1979. – 265 с.
111. Зиновьев, А. А. Коммунизм как реальность: кризис коммунизма / А. А. Зиновьев. – М.: Центрполиграф, 1994. – 494 с.
112. Иванова, Р. А. Партийно-советская печать в годы развернутого строительства социализма / Р. А. Иванова. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1977. – 52 с.
113. Ильин, И. А. Наши задачи. Историческая судьба и будущее России: ст. 1948–1954 гг. / И. А. Ильин. – М.: Рарог, 1992. – 616 с.
114. Ильин, И. А. О России / И. А. Ильин. – М.: ТРИТЭ, 1991. – 32 с.
115. Ильинский И. М. Прошлое в Настоящем: Избранное. / И. М. Ильинский – М.: Изд-во Моск. у-та, 2011. 840 с.
116. Иноземцева, В. Л. За десять лет: К концепции посткоммунистического общества / В. Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1998. – 576 с.
117. Капустин Б. Г. Современность как предмет политической теории /Б. Г. Капустин. – М.: Российская политическая энциклопедия, 1998. 312 с.
118. Кара-Мурза, С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. – 831 с.

119. Кассирер, Э. Избранное. Опыт о человеке / Э. Кассирер. – М.: Гардарики, 1998. – 470 с.
120. Кассирер, Э. Философия символических форм / Э. Кассирер; пер. с нем. С. А. Ромашко. – М. ; СПб.: Университетская книга, 2002. – 280 с.
121. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
122. Качкан, В. А. Традиции и новаторство в советской публицистике: автореф. Дис. ... д-ра филол. наук / В. А. Качкан. – Киев, 1998. – 49 с.
123. Кашинская, Л. В. Метод наблюдения в журналистике / Л. В. Кашинская. – М.: Изд-во Моск. гос.ун-та, 1987. – 60 с.
124. Кашлев, Ю.Б. Идеологическая борьба или психологическая война? / Ю. Б. Кашлев. – М.: Политиздат, 1986. – 191 с.
125. Келасьев, В. Н. Социальная мифология в России и проблемы адаптации / В. Н. Келасьев, Р. А. Зобова. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербург. ун-та, 1997. – 140 с.
126. Кессиди, Ф. В. От мифа к логосу: (становление античной философии) / Ф. В. Кессиди. – СПб.: Алетейя, 1972. – 352 с.
127. Кин, Дж. Демократия и гражданское общество: о трудностях европейского социализма, перспективах демократии и проблеме контроля над социально-политической властью / Дж. Кин; полесл. М. А. Абрамова. – М.: Прогресс–Традиция, 2001. – 400 с.
128. Кин, Дж. СМИ и демократия / Дж. Кин. – М.: Наука, 1993. – 169 с.
129. Клямкин, И. М. Трудный спуск с зияющих высот. М., Биб-ка «Огонек». Правда. 48 с.
130. Кобылко, Н. А. Мифологема как ключевое понятие мифокритики: современные подходы // Современная филология: материалы III междунар. науч. конф. (г. Уфа, июнь 2014 г.). — Н. А. Кобылко – Уфа: Лето, 2014. — С. 4–6.

131. Колин, К. К. Информационная цивилизация / К. К. Колин. – М.: ИПИ РАН, 2002. – 112 с.
132. Колосов, Г. В. Публицистика как творческий процесс / Г. В. Колосов. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1977. – 87 с.
133. Кольев, А. Н. Политическая мифология: реализация социального опыта / А. Н. Кольев. – М.: Логос, 2003. – 382 с.
134. Корконосенко, С. Г. Основы журналистики: учебник для вузов / С. Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 287 с.
135. Косарев, А. Ф. Философия мифа: Мифология и ее эвристическое значение / А. Ф. Косарев. – М.: СПб.: Per Se; Унт-ская кн., 2000. – 302 с.
136. Костюк, В. Н. Информация как социальный и экономический ресурс / В. Н. Костюк. – М.: Магистр, 1997. – 48 с.
137. Кропотов, Л. А. Журналистика на путях социологии: методы социологического исследования в журналистской практике / Л. А. Кропотов. – Свердловск: УрГУ, 1976. – 69 с.
138. Куда идет Россия?: Международный симпозиум, 15-18 дек. 1994 г. – М.: Аспект пресс, 1995. – 512 с.
139. Кузовлев, В. Страной руководил не Михаил Сергеевич, а Раиса Максимовна // Комс. Правда. 2013. 21 февраля.
140. Кьеркегор, С. Страх и трепет / С. Кьеркегор. – М.: Республика, 1993. – 382 с.
141. Кэмпбелл, Дж. Д. Мифический образ / Дж. Д. Кэмпбелл. – М.: АСТ, 2004. – 412 с.
142. Кэмпбелл, Дж. Д. Созидательная мифология. Т. 1, кн. 1, 2 / Дж. Д. Кэмпбелл. – М.: Золотой век, 1997–1998. – 332 с.
143. Лазарсфельд, П. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие / П. Лазарсфельд, Л. Мертон. – М.: Едиториал УРСС, 1999. – С. 138–149.
144. Лазутина, Г. В. Основы творческой деятельности журналиста / Г. В. Лазутина. – М.: Аспект-Пресс, 2001. – 240 с.

145. Лайнбарджер, П. Психологическая война. Теория и практика обработки массового сознания. П. Лайнбарджер / – М.: Центрполиграф, 2013. – 448 с.
146. Ласуэлл, Г. Коммуникативный процесс и его структуры. Современные проблемы социальной коммуникации / Г. Ласуэлл. – СПб., 1996. – 122 с.
147. Латынов, В. В. Массовая коммуникация: пределы политического влияния / В. В. Латынов. – М.: МНУЦ, 2000. – 110 с.
148. Лебон, Г. Психология народов и масс / Г. Лебон. – СПб. : Макет, 1995. – 313 с.
149. Леви-Стросс, К. Мифологии: в 4 т. Т. 1: Сырое и приготовленное / К. Леви-Стросс. – М. – СПб.: Унив. кн., 2000. – 406 с.
150. Леви-Стросс, К. Первобытное мышление / К. Леви-Стросс. – М.: Республика, 1994. – 382 с.
151. Леви-Стросс, К. Путь масок / К. Леви-Стросс. – М.: Республика, 2000. – 400 с.
152. Ленин, В. И. Полн. собр. соч.: в 55 т. Т. 12 / В. И. Ленин. – 5-е изд. – М.: Политиздат, 1968. – 575 с.
153. Ленин, В. И. Полн. собр. соч.: в 55 т. Т. 18 / В. И. Ленин. – 5-е изд. – М.: Политиздат, 1961. – 525 с.
154. Ленин, В. И. Полн. собр. соч.: в 55 т. Т. 24 / В. И. Ленин. – 5-е изд. – М.: Политиздат, 1973. – 334 с.
155. Ленин, В. И. Полн. собр. соч.: в 55 т. Т. 30 / В. И. Ленин. – 5-е изд. – М.: Политиздат, 1962. – 561 с.
156. Ленин, В. И. Полн. собр. соч.: в 55 т. Т.10 / В. И. Ленин. – 5-е изд. – М.: Политиздат, 1967. – 186 с.
157. Ленин, В. И. Полн. собр. соч.: в 55 т. Т.5 / В. И. Ленин. – 5-е изд. – М.: Политиздат, 1959. – 550 с.
158. Ленин, В. И. Полн. собр. соч.: в 55 т. Т.6 / В. И. Ленин. – 5-е изд. – М.: Политиздат, 1959. – 619 с.

159. Липпман, У. Общественное мнение / У. Липпман ; пер. с англ. В. Барчукова; под ред. К. А. Левинсон, К. В. Петренко. – М.: Ин-т фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
160. Лифшиц, М. А. Мифология древняя и современная / М. А. Лифшиц. – М.: Искусство, 1980. – 582 с.
161. Лихачев, Д. С. Очерки по философии художественного творчества / Д. С. Лихачев. – 2-е изд., доп. – СПб.: Рус. Балт. информ. Центр БЛИЦ, 1999. – 191 с.
162. Лобок, А. М. Антропология мифа / А. М. Лобок. – Екатеринбург: Банк культ. информации, 1999. – 686 с.
163. Лозовский, Б. Четвертая власть и общество: на тернистом пути к согласию / Б. Лозовский. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001. – 172 с.
164. Лосев, А. Ф. Диалектика мифа: дополнение «Диалектика мифа» / А. Ф. Лосев; сост. А. Тахо-Годи, В. Троцкий. – М.: Мысль, 2001. – 560 с.
165. Лосев, А. Ф. Философия. Мифология. Культура / А. Ф. Лосев. – М.: Политиздат, 1991. – 524 с.
166. Луман, Н. Власть / Н. Луман. – М.: Пракси-М, 2000. – 320 с.
167. Лунев, В. В., Мацкевич, И. М., Нечевин, Д. К. / Проблемы отечественной преступности: статистика и реалии // ЕврАзЮж. Уголовное право и криминология. № 1 (32). 2010 г.
168. Львов, С., Петухов, В., Федоров, В., Бызов, Л. От Ельцина до Путина: три эпохи в историческом сознании россиян. М.: ВЦИОМ, 2007. С. 70.
169. Магай, И. П. Методологические проблемы журналистского мастерства: (функции прессы и социальная роль журналиста) / И. П. Магай. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1079. – 62 с.
170. МакКуэйл, Д. Журналистика и общество. М.: Медиа Мир; Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2013. 74 с.
171. Маклюэн, М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего / М. Маклюэн. – М.: Академический проспект, 2005. – 496 с.

172. Максимов, А. А. У истоков советской журналистики / А. А. Максимов. – Л.: Лениздат, 1967. – 112 с.
173. Малиновский, Б. Магия, наука и религия / Б. Малиновский. – М.: REFL book, 1998. – 288 с.
174. Мангейм, Дж. Б. Политология: методы исследования / Дж. Б. Мангейм, Р. К. Рич. – М.: Весь мир, 1999. – 544 с.
175. Мангейм, К. Избранное. Социология культуры / К. Мангейм. – М.: СПб.: Университетская книга, 2000. – 501 с. – (Книга света).
176. Маркс, К. Соч. Т. 12 / К. Маркс, Ф. Энгельс. – Изд. 2-е. – М.: Госполитиздат, 1958. – 786 с.
177. Мелетинский, Е. М. Поэтика мифа / Е. М. Мелетинский. – М.: Наука, 1976. – 407 с.
178. Мельник, Г. С. Mass Media: психологические процессы и эффекты / Г.С. Мельник. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербург. ун-та, 1996. – 160 с.
179. Мельников, Д. Е. Преступник номер 1: Нацистский режим и его фюрер / Д. Е. Мельников, Л. Б. Черная. – М.: Новости, 1982. – 432 с.
180. Мелюхин, И. С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития / И. С. Мелюхин. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. – 208 с.
181. Млечко, А. В. От текста к тексту: Символы и мифы «Современных записок» (1920–1940) / А. В. Млечко. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2008. – 574 с.
182. Московичи, С. Век толп: исторический трактат по психологии масс / С. Московичи. – М.: Центр психологии и психотерапии, 1998. – 475 с.
183. Московичи, С. Машина, творящая богов: пер. с фр. / С. Московичи. – М.: Центр психологии и психотерапии; Изд-во «КСП+», 1998. – 560 с.
184. Мосс, М. Общество. Обмен. Личность / М. Мосс. – М.: Университет, 1996. – 415 с.
185. Назад по заводам// «Красная газета» (Петроград). 1919. 3 апреля.

186. Назаров, М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований / М. М. Назаров. – М.: УрСС, 1999. – 240 с.
187. Национальные модели информационного общества / Вартанова Е. Л., Ткачева Н. В., Астафьева А.В., Вороненкова Г. Ф. и др. / Отв. ред. и сост. Е. Л. Вартанова, науч. ред. Н. В. Ткачева. М.: ИКАР. 2004.-405 с.
188. Ницше, Ф. Человеческое, слишком человеческое / Ф. Ницше. – Минск: Попурри, 1997. – 705 с.
189. Ноэль-Нойман, Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания: пер. с нем. / Э. Ноэль-Нойман. – М.: Прогресс–Академия, 1996. – 199 с.
190. Овсепян, Р. П. История новейшей отечественной журналистики / Р. П. Овсепян. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. – 304 с.
191. Овсепян, Р. П. В лабиринтах истории отечественной журналистики / Р. П. Овсепян. – М.: РИП-холдинг, 2001. – 316 с.
192. Олпорт, Г. Становление личности / Г. Олпорт. – М.: Смысл, 2001. – 462 с.
193. Орлов, Ю. Я. Западногерманское газетоведение о функциях и принципах печати // Современные буржуазные теории журналистики / Ю. Я. Орлов. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1967. – С. 37–38.
194. Осипов, Г. В. Социология и политика / Г. В. Осипов. – М., 1995. – 581 с.
195. Осипов, Г. В. Социальное мифотворчество и социальная практика / Г.В. Осипов. – М.: НОРМА, 2000. – 543 с.
196. Осипов, Г. В. Социология и социальное мифотворчество / Г. В. Осипов. – М.: НОРМА–ИНФРА, 2002. – 616 с.
197. Ортега-и-Гассет, Х. Избранные труды / Х. Ортега-и-Гассет. – М.: изд-во «Весь мир», 1997. – 704 с.
198. От Ельцина до Путина: три эпохи в историческом сознании россиян. – М.: ВЦИОМ, 2007. – 224 с.

199. Парсонс, Т. О структуре социального действия / Т. Парсонс. – М.: Акад. проект, 2002. – 877 с.
200. Парсонс, Т. Система современного общества / Т. Парсонс. – М.: Аспект-пресс, 1997. – 43 с.
201. Пельт, В. Д. Предвоенная советская печать: проблематика выступлений, совершенствование организации прессы в предвоенные годы: 1937–июнь 1941 / В. Д. Пельт. – М.: Изд-во МГУ, 1974. – 204 с.
202. Плеханов, Г. В. Сочинения. Т. 2 / Г. В. Плеханов. – М., 1922. – 406 с.
203. Политический процесс: основные аспекты и способы анализа. – М.: ИНФРА, 2001. – 302 с.
204. Полосин, В. Миф. Религия. Государство / В. Полосин. – М.: Ладомир, 1999. – 441 с.
205. Поппер, К. Р. Открытое общество и его враги: в 2 т. Т. 1: Чары Платона / К. Р. Поппер. – М.: Культ. инициатива, 1992. – 446 с.
206. Портянкин, И. Редакторская деятельность В. И. Ленина / И. Портянкин. – М.: Политиздат, 1959. – 303 с.
207. Потebня, А. А. Слово и миф / А. А. Потebня. – М.: Правда, 1989. – 206 с.
208. Почепцов, Г. Г. Базовые мифологемы, формирующие мир, в систематике операций влияния // Media Supines. 2011, 16 окт. (<http://osvita.mediasapiens.ua/>) /
209. Почепцов, Г. Г. Информационные войны / Г. Г. Почепцов. – М.: REFL book; Киев: Ваклер, 2000. – 573 с.
210. Почепцов, Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М.: REFL book; Киев: Ваклер, 1999. – 349 с.
211. Почепцов, Г. Г. Психологические войны / Г. Г. Почепцов. – М.: REFL book, 2000. – 528 с.
212. Почепцов, Г. Г. Тоталитарный человек: очерки тоталитарного символизма и мифологии / Г. Г. Почепцов. – Киев: Глобус, 1994. – 152 с.

213. Пресса в обществе (1959–2000): оценки журналистов и социологов: документы. – М.: Изд-во Моск. шк. полит. исслед., 2000. – 614 с.
214. Прилюк, Д. М. Теория и практика журналистского творчества: методология проблемы / Д. М. Прилюк. – Киев, 1973. – 342 с. – Укр.
215. Прозоров, В. В. Власть современной журналистики или СМИ наяву / В. В. Прозоров. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2004. – 234 с.
216. Пронин, Е. И. Печать и общественное мнение / Е. И. Пронин. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1971. – 132 с.
217. Пропп, В. Я. Поэтика фольклора: собр. тр. / В. Я. Пропп. – М.: Лабиринт, 1998. – 351 с.
218. Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики. М., 2005. С. 172.
219. Прохоров, Е. П. Журналистика и демократия / Е. П. Прохоров. – М.: РИП-холдинг, 2001. – 268 с.
220. Прохоров, Е. П. Искусство публицистики / Е. П. Прохоров. – М.: Современник, 1984. – 359 с.
221. Прохоров, Е. П. Публицист и действительность / Е. П. Прохоров. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1973. – 315 с.
222. Прохоров, Е. П. Публицистика в жизни общества / Е. П. Прохоров. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1968. – 102 с.
223. Пугачев, В. П. Средства массовой коммуникации в современном политическом процессе // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 12, Политические науки. 1995. № 5. С. 5-8.
224. Радаев, В. В. Властная стратификация в системе советского типа // Рубеж. 1991. № 1. С.123.
225. Разоблачение мифов о Хрущеве: никакой пользы, кроме вреда – [Электронный ресурс] / <http://www.nakanune.ru/articles/17756/#sthash.yD2eGFZf.dpuf>
226. Реснянская, Л. Л. Газета для всей России / Л. Л. Реснянская, И. Д. Фомичева. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1994. – 44 с.

227. Реснянская, Л. Л. СМИ и политика / Л. Л. Реснянская. – М.: Аспект пресс, 2007. – 256 с.
228. Рихтер, А. Г. Свобода массовой информации в постсоветском государстве: регулирование журналистики в условиях переходного периода: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / А. Г. Рихтер. – М., 2007. – 58 с.
229. Рошин, К. С. Психология и журналистика / К. С. Рошин. – М.: Наука, 1989. – 192 с.
230. Русская мысль. 1998. 18-24 июня.
231. Сиберт, Ф. Четыре теории прессы / Ф. Сиберт, У. Шрамм, Т. Питерсон. – М.: Вагриус, 1998. – 223 с.
232. Симонов, К. М. Собрание сочинений: в 6 т. Т. 2 / К. М. Симонов. – М.: Худож. лит., 1967. – 663 с.
233. Синельников, Ф. Циклы российского великодержавия и современность. [Электронный ресурс]//<http://perehodjournal.ru/leto-2011/f-dor-sinelnikov-tsikli-rossiyskogo-velikoderzhaviya-i-sovremennost>
234. Скуленко, М. История политической пропаганды / М. Скуленко. – Киев: Изд-во Киев. ун-та, 1990. – 268 с.
235. Снетков, В. Н. Средства массовой информации как фактор реализации свободы слова и права на информацию: политико-правовой аспект: дис. ... д-ра политол. наук: 10.01.10 / В. Н. Снетков. – СПб., 2001. – 489 с.
236. Соловьев, А. И. Политические коммуникации / А. И. Соловьев. – М.: Аспект–Пресс, 2004. – 331 с.
237. Соловьев, А. И. Политическая коммуникация: к проблеме теоретической идентификации // Полис. 2002. № 3; Политические коммуникации. М., 2004. С. 5-12.
238. Соловьев, А. И. Политология: Политическая теория. Политические технологии / А. И. Соловьев. – М.: Аспект–Пресс, 2001. – 559 с.

239. Сомов, Н. Критическая библиография / Н. Сомов. – М., 1928. – 86 с.
240. Соскал, Айбек. Богатырский эпос «О Буга тур Шойгу». Текст эпоса опубликован на сайте «Международного фонда исследования Тенгри». <http://tengrifund.ru/sovremennyj-tuvinskij-epos-o-bogatyre-shojgu.html>
241. Состояние и тенденции преступности в Российской Федерации: Криминологический и уголовно-правовой справочник / НИИ проблем укрепления законности и правопорядка при Генер. прокуратуре РФ; ВНИИ МВД России, Департамент уголовного розыска МВД России; под общ. ред. А. Я. Сухарева, С. И. Гирько. — М.: Издательство «Экзамен», 2007. — 383 с.
242. Социальная психология: краткий очерк / под общ. ред. Г. П. Предвечного, Ю. А. Шерковина. – М.: Политиздат, 1975. – 319 с.
243. Средства массовой информации России: Учеб. пособие для студентов вузов / Алексеева М.И., Болотова Л.Д., Вартанова Е.Л. и др. / Под ред. Я.Н. Засурского. М., 2008. С.166.
244. Сталин, И. В. Соч. Т. 5 / И. В. Сталин. – М.: Политиздат, 1952. – 446 с.
245. Сталин, И. В. Соч. Т. 12 / И. В. Сталин. – М.: Политиздат, 1949. – 398 с.
246. Стеблин-Каменский, М. И. Миф / М. И. Стеблин-Каменский. – М.: Наука, 1976. – 103 с.
247. Степанов, В. Н. Провоцирование в социальной и массовой коммуникации / В. Н. Степанов. – СПб.: Роза мира, 2008. – 268 с.
248. Струве, П. Patriotica. Политика, культура, религия, социализм / П.Струве. – М.: Республика, 1997. – 526 с.
249. Стюфляева, М. И. Образные ресурсы публицистики / М. И. Стюфляева. – М.: Мысль, 1982. – 176 с.
250. Такер, Р. Сталин: Путь к власти. 1879–1929 / Р. Такер. – М.: Прогресс, 1991. – 441 с.

251. Таловов, В. П. О читательской психологии и теоретических основах ее изучения: (опыт анализа материалов отечественной литературы) / В. П. Таловов. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1973. – 77 с.
252. Тард, Г. Мнение и толпа. Психология толп / Г. Тард; под ред. П. С. Когана. – М.: Ин-т психологии РАН изд-во КСП+, 1999. – 416 с.
253. Теплюк, В. М. Социальная ответственность журналиста / В. М. Теплюк. – М.: Мысль, 1984. – 207 с.
254. Тертычный, А. А. Аналитическая журналистика: познавательно-психол. подход / А. А. Тертычный. – М.: Гендальф, 1998. – 255 с.
255. Томсон, Дж. Предвидимое будущее / Дж. Томсон. – М.: Иностран. лит., 1958. – 174 с.
256. Топоров, В. Н. Миф. Ритуал. Символ. Образ: исследования в области мифопоэтического: избр. / В. Н. Топоров. – М.: Прогресс-Культура, 1995. – 624 с.
257. Тоффлер, Э. Метаморфозы власти / Э Тоффлер. – М.: АСТ, 2003. – 669 с.
258. Тоффлер, Э. Третья волна / науч. ред. П. С. Гуревич. / Э. Тоффлер. – М.: АСТ, 1999. – 784 с.
259. Трифонов, И. Я. В. И. Ленин и борьба с буржуазной идеологией в начале нэпа / И. Я. Трифонов. – М., 1969. – 46 с.
260. Трифонов, И. Я. Классы и классовая борьба в СССР в начале НЭПа (1921-1923 гг.) / И. Я. Трифонов. – Ч. 1. – Л.: Изд-во Ленинград. ун-та, 1964. – 311 с.; Ч. 2. – Л.: Изд-во Ленинград. ун-та, 1969. – 288 с.
261. Троцкий, Л. Д. Моя жизнь: опыт автобиографии / Л. Д. Троцкий. – Иркутск: Вост.-Сибир. кн. изд-во, 1991. – 608 с.
262. Тумаркин, Н. Ленин жив! Культ Ленина в Советской России / Н. Тумаркин; пер. с англ. Л. Сухарева. – СПб.: Академический проспект, 1999. – 285 с.
263. Тэйлор, Э. Б. Миф и обряд в первобытной культуре / Э. Б. Тэйлор; пер. с англ. Д. А. Коропчевского. – Смоленск: Русич, 2000. – 624 с.

264. Уледов, А. К. Общественное мнение советского общества / А.К. Уледов. – М.: Соцэгиз, 1963. – 391 с.
265. Ульяновский, А. В. Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы / А. В. Ульяновский. – СПб.: Питер, 2005. – 544с.
266. Ульяновский, А. В. Социальный миф как бренд: философская антропология, эстетика, на границах запрета etc.: в 2-х т. Т. 1 / А. В. Ульяновский. – СПб. : Роза мира, 2003. – 234 с.
267. Ученова, В. В. Гносеологические проблемы публицистики / В. В. Ученова. – М., 1971. – 243 с.
268. Ученова, В. В. Основы марксистско-ленинского учения о журналистике / В. В. Ученова. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981. – 200 с.
269. Ученова, В. В. Публицистика и политика / В. В. Ученова. – М.: Политиздат, 1973. – 232 с.
270. Уэбстер, Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер; пер. с англ. М. В. Арапова, Н. В. Малихиной ; под ред. Е. Варгановой. – М.: Аспект–Пресс, 2004. – 400 с.
271. Федотова, Л. В. Социология массовой коммуникации / Л. В. Федотова. – СПб.: Питер, 2003. – 400 с.
272. Флад, К. Политический миф: теоретическое исследование. М.: 2004. С. 42.
273. Флад, К. Политический миф. Теоретическое исследование / К. Флад. – М.: Прогресс–радиция, 2004. – 263 с.
274. Фоминых, В. Н. Публицистический факт: путь к оптимизации журналистского текста / В. Н. Фоминых. – Красноярск: Изд-во Красноярск. ун-та, 1987. – 128 с.
275. Фомичева, И. Д. Журналистика и аудитория: теорет. проблемы и опыт изучения городской аудитории средств массовой информации и пропаганды / И. Д. Фомичева. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1976. – 158 с.
276. Фрейд, З. Психология бессознательного: сб. произведений / З. Фрейд. – М.: Просвещение, 1989. – 448 с.

277. Фрейденберг, О. М. Миф и литература древности / О. М. Фрейденберг. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательский Дом «Восточная литература» РАН, 1998. – 800 с.
278. Фромм, Э. Бегство от свободы: человек для себя / Э. Фромм. – М.: Аст, 2011. – 288 с.
279. Хренов, Н. А. Культура в эпоху социального хаоса / Н. А. Хренов. – М.: Едиторал УРСС, 2002. 446 с.
280. Хренов, Н. А. Художественная жизнь императорской России / Н. А. Хренов, К. Б. Соколов. – СПб.: Алетейя, 2001. – 809 с.
281. Хюбнер, К. Истина мифа / К. Хюбнер. – М.: Республика, 1996. – 448 с.
282. Чиндин, И. Постмилленаризм или бриколаж // [электронный ресурс] // <http://www.russ.ru/Mirovaya-povestka/Postmillenarizm-ili-brikolazh>
283. Цаллер, Дж. Происхождение и природа общественного мнения / Дж. Цаллер. – М.: Изд-во ин-та Фонда «Общественное мнение», 2004. – 560 с.
284. Цуладзе, А. М. Политическая мифология / А. М. Цуладзе. – М.: ЭКСМО, 2003. – 383 с.
285. Цуладзе, А. М. Политические манипуляции / А. М. Цуладзе. – М.: Университет, 1999. – 142 с.
286. Цуладзе, А. М. Политическое манипулирование или покорение толпы / А. М. Цуладзе. – М.: Университет, 1999. – 142 с.
287. Черепанов, М. С. Проблемы теории публицистик / М. С. Черепанов. – М.: Изд-во Мысль, 1973. – 269 с.
288. Чичановский, А. А. Взаимодействие СМИ и властных структур в условиях модернизации российского общества : (политологический анализ): автореф. дис. ... д-ра полит. наук / А. А. Чичановский. – М., 1995. – 73 с.
289. Шайхитдинова, С. К. Теория и миф: к вопросу о методе // Журналистика в переходный период. – М.: МГУ, 1997. – С. 41–45.

290. Шампань, П. Делать мнение: новая политическая игра / П. Шампань. – М.: Socio-Logos, 1997. – 317 с.
291. Шварценберг, Р. Ж. Политическая социология: в 3-х ч. Ч. 1 / Р. Ж. Шварценберг. – М., 1992. – 180 с.
292. Шерковин, Ю. А. Психологические проблемы массовых информационных процессов / Ю. А. Шерковин. – М.: Мысль, 1973. – 215 с.
293. Шестов, Н. И. Политический миф теперь и прежде / Н. И. Шестов. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2005. – 414 с.
294. Шибутани, Г. Социальная психология / Г. Шибутани. – М.: Прогресс, 1969. – 535 с.
295. Шиллер, Г. Манипуляторы сознанием / Г. Шиллер. – М.: Мысль, 1980. – 326 с.
296. Шишкина, М. А. Связи с общественностью в системе социального управления: дис. ... д-ра соц. наук : 22.00.08. / М. А. Шишкина; СПбГУ. – СПб., 1999. – 472 с.
297. Шкляр, В. И. Публицистика и художественная литература: продуктивно-творческая интеграция: автореф. дис.... д-ра филол. наук / В. И. Шкляр. – Киев, 1989. – 52 с.
298. Шкондин, М. В. Система средств массовой информации как средства социального диалога / М. В. Шкондин. – М.: УПЛ ф-та журн-ки МГУ, 2002. – 30 с.
299. Шопенгауэр, А. Избранные произведения / А.Шопенгауэр. – Ростов н/Д.: Феникс, 1997. – 540 с.
300. Шумилина, Т. В. «Не могли бы вы рассказать»: метод интервью в журналистике / Т. В. Шумилина. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1976. – 136 с.
301. Щербинина, Н. Г. Герой и антигерой в политике России / Н. Г. Щербинина. – М.: Весь мир, 2002. – 116 с.
302. Щербинина, Н. Г. Политический миф России / Н. Г. Щербинина. – 2-е изд. – Томск: Изд-во Томск. ун-та, 2000. – 97 с.

303. Элиаде, М. Аспекты мифа / М. Элиаде. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Акад. проект, 2001. – 240 с.
304. Элиаде, М. Избранные сочинения: Миф о вечном возвращении. Образцы и символы. Священное и мирское / М. Элиаде. – М.: Ладомир, 2000. – 414 с.
305. Элиаде, М. Космос и история: избр. работы / М. Элиаде; под общ. ред. И. Р. Григулевича, М. Л. Гаспарова. – М.: Прогресс, 1987. – 311 с.
306. Эпштейн, М. Н. Постмодерн в России: литература и теория / М. Н. Эпштейн. – М.: Зд-во Р. Элинина, 2000. – 367 с.
307. Юнг, К. Г. Аналитическая психология: Прошлое и настоящее / К. Г. Юнг; сост. В. В. Зеленский. – М.: Мартис, 1993. – 309 с.
308. Юнг, К. Г. Архетип и символ / К. Г. Юнг. – М.: Реннесанс, 1991. – 304 с.
309. Юнг, К. Г. Человек и его символы / К. Г. Юнг; под ред. С. Н. Сидоренко. – СПб.: Ун-тская кн., 1997. – 368 с.
310. Ядов, В. А. Идеология как форма духовной деятельности общества / В. А. Ядов. – Л.: Лениздат, 1961. – 234 с.
311. Яковлев, Б. В. Ленин – публицист / Б. В. Яковлев. – М.: Политиздат, 1960. – 311 с.

IV. Публикации в периодических изданиях

1. Анохин, М. П. Информационно-коммуникативные технологии в политике / М. П. Анохин, М. Ю. Павлютенкова // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер. Политология. – 1999. – № 1. – С. 40–52.
2. Антонов-Овсеенко, А. А. Февральская революция 1917 г. и новые модели российской печати. // Меди@льманах модели российской печати. / А. А. Антонов-А.А. Овсеенко // Меди@льманах. 2012. № 1(48). С. 51-57 .

3. Бахтин, М. Н. Дополнения к изменению к «Рабле». / М. Н. Бахтин, // *Вопр. философии.* – 1992. – № 1. – С. 132–164
4. Бляхер, Л. Е. Политические мифы Дальнего Востока. / Л. Е. Бляхер // *Полис.* – 2004. – № 5. – С. 28–39. 1
5. Богушевский, А. Журналист реконструктивного периода/ А. Богушевский // *Журналист.* – 1930. – № 4. – С. 103.
6. Бочаров, А. Г. Основные принципы типологии современных советских журналов. / А. Г. Бочаров // *Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика.* – 1973. – № 3. – С. 23–31.
7. Бутенко, А. П. Тоталитаризм в России и пути его преодоления/ А. П. Бутенко // *Соц. - полит. журн.* – 1994. – № 9-10. – С. 154–161.
8. Василенко, И. А. Информационные ресурсы власти в формировании новой постклассической картины мира XXI века. / И. А. Василенко // *Вестн. Моск. ун-та. Серия 12, Полит. науки.* – 2004. – № 2. – С. 26–31.
9. Васильева, Л. А. Медиа: идеологическое дезориентирование в концентрической войне 80–90-х годов. /Л. А.Васильева // *Научные исследования в сфере общественных наук: вызовы нового времени.* – 2015. – № 11(8). – С. 54–57.
10. Васильева, Л. А. Медиа: экстремальная ситуация, создание и транслирование образа врага. / Л. А.Васильева // *Глобальный научный потенциал.* – 2015. – № 1. – С. 126–130.
11. *Вестник агитации и пропаганды.* – 1921. – № 22-23. – С. 38–43.
12. Гаджиев, К. С. Масса. Миф. Государство./ К.С. Гаджиев // *Вопросы философии.* – 2006. – № 6. – С. 3–20.

13. Галкин, А. Общественный прогресс и мобилизационная модель развития. / А. Галкин // Коммунист. – 1990. – № 16. – С. 23–33.
14. Гарри, А. Что такое информация? / А. Гарри // Журналист. – 1928. – С. 42.
15. Горохов, В. М. В. И. Ленин об агитационной функции печати. / В. М. Горохов // Вестн. Моск. ун-та. Сер.10, Журналистика. – 1970. – № 4. – С. 31.
6. Гюнтер, Х. Государство как «тоталитарное» произведение искусства. / Х. Гюнтер // Обществ. науки и современность. 1992. – № 4. – С. 90.
7. Жуховицкий, Л. Буду печататься и дальше. / Л. Жуховицкий // Журналист. – 1996. – № 3. – С. 4–5.
8. Журналист. 1923. № 4. С. 4
9. Иванов-Грамен, Н. Теория публицистики как предмет преподавания. / Н. Иванов-Грамен // Современник. – 1922. – № 1. – С. 268.
11. Капустин, Б. Г. Посткоммунизм как современность: российский вариант // Полис. – 2001. – № 5. – С. 6.
12. Кассирер, Э. Политические мифы Э. Кассирер // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 7, Философия. – 1990. – № 2. – С. 54–69.
13. Кондратенко, Г. Особенности стереотипизации. / Г. Кондратенко // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 1968. – № 1. – С. 58.
14. Кретов, Б. И. Средства массовой коммуникации – элемент политической системы общества. / Б. И. // Социально-гуманитарные знания. – 2001. – № 1. – С. 110–115.

15. Кузнецов, И. В. Попов Н. Советская печать в годы Великой Отечественной войны. / И. Кузнецов, Н. Попов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 1975. – № 2. – С. 4.

16. Кузьмичева, В. Печатная агитация и пропаганда./ В. Кузьмичева // Журналист. – 1928. – № 1. – С. 40.

17. Курс, А. Элемент интереса к информации. / А. Курс // Журналист. – 1928. – № 1. – С. 43.

18. Леви-Стросс, К. Структура мифов К. Леви-Стросс // Вопросы философии. – 1970. – № 7. – С. 152–184.

19. Науменко, Т. В. Массовые коммуникации в политической структуре общества. / Т. В. Науменко // Вест. Моск. ун-та. Сер. 12, Полит. науки. – 2003. – № 3. – С. 102–116.

20. Оноприенко, Ю. И. Информационные истоки сознания./ Ю. И. Оноприенко // Вопр. журналистики. – 2003. – № 9. – С. 53–67.

21. Островский, А. Б. Анализ мифов К. Леви-Стросса: первобытное мышление и этнографический контекст. / А. Б. Островский // Сов. этнография. – 1984. – № 5. – С. 51–53.

22. Правда. – 1989. – 21 сент.

23. Пугачев, В. П. СМИ в современном политическом процессе. / В.П. Пугачев // Вестник Моск. ун-та. Сер. 12, Политические науки. – 1995. – № 5. – С. 5–8.

24. Пушкарева, Т. В. Политическая система: синергетический подход. Т. В. Пушкарева // Вестн. Моск. ун-та. Сер.12, Полит. науки. – 2001. – № 6. – С.32–49.

25. Радаев, В. В. Властная стратификация в системе советского типа. / В. В. Радаев // Рубеж. – 1991. – № 1. – С. 123.
26. Ровинская, Т. Методы воздействия СМИ на общественное сознание. Т. Ровинская // Мировая экономика и междунар. отношения. – 2008. – № 6. – С.100–103.
27. Рошин, С. К. Психология толпы: анализ прошлых исследований и проблемы сегодняшнего дня. / С.К.Рошин// Психологический журн. – 1990. – № 5. – С. 3–16.
28. Русская мысль. – 1998. – 18-24 июля.
29. Свитич, Л. Г. Проблемы эффективности университетской подготовки журналистских кадров (по итогам социологического исследования) / Л. Г. Свитич, А. А. Ширяева // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 1979 – №3. – С. 25–33.
30. Смолян, Г. С., Черешкин, Д. С. О формировании информационного общества в России / Г. С. Смолян, Д. С. Черешкин // Информационное общество. – 1998. – № 1. – С. 8–12.
31. Соловьев, А. И. Политическая коммуникация. К проблеме теоретической идентификации./ А. И. Соловьев // Полис. – 2002. – № 3. – С. 5–12.
32. Средства массовой информации США, Германии, Италии в 1997 году / Я. Н. Засурский и др. // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 1998. – № 5. – С. 107–108.
33. Тоффлер, Э. Проблемы власти на пороге XXI века. / Э. Тоффлер // Свободная мысль. – 1992. – № 2. – С. 114.

34. Шевцова, Л. Дилеммы посткоммунистического общества. Л. Шевцова // Полис. – 1996. – № 5. – С. 80–90.

35. Шерковин Ю. А., Назаретян А. П. Слухи как социальное явление и орудие политической борьбы. / Ю. А. Шерковин, А. П. Назаретян // Психологический журн. – 1984. – № 5. – С. 41–51.

36. Эвола, Ю. Средства и тактика. Ю.Эвола // Атака. – 1999. – № 104. – С. 10–12.

37. Ядов, В. А. К вопросу о теории стереотипизации в социологии. / В.А. Ядов // Философские науки. – 1960. – № 2. – С. 47–62.

V. Справочно-энциклопедическая литература

1. Керлот, Х. Э. Словарь символов / Х. Э. Керлот. – М.: REFL-book, 1994. – 604 с.

2. СССР за 15 лет. – М., 1932. – 215 с.

3. Статистические материалы по народному хозяйству. – М., 1932. – 267 с.

4. Фоли, Дж. Энциклопедия знаков и символов / Дж. Фоли. – М.: Вече АСТ, 1996. – 429 с.

5. Энциклопедия символов, знаков, эмблем / сост. В. Андреева. – М.: Локид ; Миф, 1999. – 556 с.

VI. Статьи из газет

1. Агапов, Д. Стиль ДС // Известия. – 1932. – 10 окт.

2. Аджубей, А. Когда вам было страшно в этом кресле // Комс. правда. – 1990. – 24 мая.

3. Андреева, Н. Не могу поступиться принципами // Советская Россия. – 1988. – 13 марта.

4. Андриянов, В. Третья смерть Алексея Стаханова // Правда. – 1984. – 4 дек.

5. Бабченко, А. Журналистика не имеет смысла в современной России // Новая газета. – 2008. – 5 мая.
6. Беднота. 1926. 2 апр.
7. Белан, Н. Комиссар разведки // Советская Россия. – 1989. – 26 нояб.
8. Борзенко, С. Люди великой стройки / С. Борзенко, В. Яхневич // Правда. – 1951. – 14 мая.
9. Борисов, В. Коммуна или артель? // Беднота. – 1919. – 28 янв.
10. Борисов, В. Первый русский электроплуг // Беднота. – 1921. – 25 окт.
11. Борисов, Ю. Скромное обаяние Генералиссимуса // Сов. культура. – 1989. – 8 июля.
12. Бронштейн, М. Земля и экономические рычаги // Правда. – 1966. – 24 июля.
13. Будберг, А. Время стучит Т.Б.Д. // Моск. комсомолец. – 1998. – 22–29 янв.
14. Бухарин, Н. И. Заметки экономиста // Правда. – 1928. – 30 сент.
15. Васильев, П. О перестройке, о мире, о себе. З. Бжезинский беседует с журналистами «Правды» / П. Васильев, А. Лютов // Правда. – 1989. – 9 нояб.
16. Воробьев, Е. Бутылки из-под лимонада // Комс. правда. – 1942. – 12 авг.
17. Гайдановский, Г. Паша Байгудинова // Комс. правда. – 1925. – 7 июля.
18. Герасименко, О. [Без заглавия] // Комс. правда. – 1994. – 26 нояб.
19. Головков, А. Гусь. Судьба и карьера медиамагната / А. Головков, Г. Нехорошев // Независимая газ. – 2000. – 16 июня.
20. Горев, М. Все на борьбу с голодом // Беднота. – 1922. – 9 февр.
21. Гуздев, слесарь. Чтоб Ильича уничтожить – смерти еще такой нет // Петроградская правда. – 1924. – 25 янв.

22. Гулов, Г. Дорогому товарищу Ленину // Беднота. – 1918. – 17 сент.
23. Гуревич, А. Пророк в своем отечестве / А. Гуревич. В. Махлин. // Советская культура. – 1989. – 22 июля.
24. Донков, И., Полещук Н. Судьбы большевика. Биография Н.И. Муралова / И. Донков, Н. Полещук // Правда. 1990. 28 сент.
25. Евстигнеев, А. Поволжье даст нам урожай // Беднота. – 1922. – 18 янв.
26. Журавский, В. Великая стройка на Волге // Правда. – 1956. – 20 нояб.
27. Зачем мы печатали эти объявления // Комс. правда. – 2001. – 9 окт.
28. Известия ЦК РКП (б). –1921. – № 36. – С. 27.
29. Известия. – 1919. – 15 мая.
30. Ильина, С. Геннадий Зюганов публично выступил за участие Юрия Лужкова в левоцентристском блоке // Независимая газ. – 1998. – 19 окт.
31. К 100-летию со дня рождения И. В. Сталина // Правда. – 1979. – 21 дек.
32. К 80-летию со дня рождения Л. И. Брежнева // Правда. – 1986. – 19 дек.
33. К вопросу о рынке // Сельская жизнь. – 1966. – 22 сент.
34. Калинин, А. Самое дорогое // Комс. правда. – 1952. – 12 мая.
35. Кассиров, Л. Мартовские всходы / Л. Кассиров, И. Карлюк, М. Морозов // Комс. правда. – 1967. – 31 янв.
36. Катаев, В. Жигули. Февраль // Правда. – 1951. – 3 марта.
37. К-в Ф. Мировому вождю пролетариата В. И. Ленину // Беднота. – 1918. – 12 сент.
38. Кин, В. Годовщина // Комс. правда. – 1925. – 23 окт.

39. Клюкин, В. Секретарь ЦК // Комсомольская правда. – 1988. – 11 июля.
40. Клянемся! // Петроградская правда. – 1924. – 24 янв.
41. Колесник, А. Дочь Сталина // Советская культура. – 1989. – 20 апр.
42. Комс. правда. – 2003. – 18 дек.
43. Константинова, Н. Борис Ельцин отказался от постельного режима // Независимая газета. – 1998. – 15 окт.
44. Коссановский, И. Партия мне безгранично доверяет. Письма Ф. Ф. Раскольникова Ларисе Рейснер // Советская культура. – 1988. – 30 апр.
45. Котов, М. Не жалея жизни // Правда. – 1941. – 9 июля.
46. Крестьянская газета для молодежи. – 1932. – 16 янв., № 4.
47. Курчанов, О. Три ночи // Правда. – 1941. – 4 сент.
48. Ленин, В. И. Как нам реорганизовать Рабкрин // Правда. – 1924. – 25 янв.
49. Ленин, В. И. Лучше меньше, да лучше // Правда. – 1923. – 4 марта.
50. Ленин, В. И. Новые хозяйственные движения в крестьянской жизни // Известия. – 1923. – 14 марта.
51. Ленин, В. И. Страничка из дневника // Правда. – 1923. – 4 янв.
52. Леонтьев, Л. О товарном производстве при социализме // Правда. – 1966. – 31 авг.
53. Лидов, П. Боевые эпизоды // Правда. – 1941. – 24 июня.
54. Лидов, П. Кто была Таня // Правда. – 1942. – 18 февр.
55. Лидов, П. Таня // Правда. – 1942. – 27 янв.
56. Ликвидация кулачества как класса // Правда. – 1930. – 11 янв.
57. Лисичкин, Г. Два подхода к хозрачету // Правда. – 1966. – 19 дек.
58. Любимов, С. мы не забудем тебя, Таня // Комс. правда. – 1942. – 23 янв.

59. Максимова, Э. Квадратура круга. Письма Каменева из тюрьмы. // Известия. – 1990. – 22 марта.
60. Мать. Первая нецензурная газета. – 1993. – Пилотный номер, март.
61. Мержанов, Н. Над Днепром // Правда. –1941. – 6 сент.
62. Мещеряков. О коммуне // Беднота. – 1919. – 31 янв.
63. Мороз, П. Бизнес с тюремным стажем // Газета. – 2002. – 7 февр.
64. Не дай Бог! – 1996. – 27 апр.
65. Независимая газ. – 2001. – 1 февр.
66. Новиков, А. Так как же это было // Комс. правда. – 1989. – 8 авг.
67. Новое время. – 1997. – № 40. – С. 3.
68. Нынешний строй в России – это «рогатый заяц». Философ, социолог и писатель Александр Зиновьев в беседе с Виктором Кожемяко // Сов. Россия. – 2002. – 29 нояб.
69. Ольминский, М. С. Пролетарская революция // Вестник жизни. – 1924. – № 3(26). – С. 24–33.
70. Ольминский, М. С. О Ленине // Социал-демократ. – 1917. – 26 мая.
71. Ольминский, М. С. Тов. Ленин // Вестник жизни. – 1918. – № 2. – С. 8-14.
72. Организацию производства – на научную основу // Сельская жизнь. –1966. – 8 дек.
73. Ордынский, Д. Сашко // Комс. правда. – 1925. – 8 сент.
74. Партийная работа в деревне // Беднота. – 1923. – 25 янв.
75. Паустовский, К. В Задонской степи // Комс. правда. – 1951. – 5-6 июня.
76. Петроградская правда. – 1918. – 29 янв. ; 8 окт. ; 12 нояб.
77. Плановость – наше преимущество // Сельская жизнь. – 1966. – 17 дек.

78. Погодин, Н. Комсомолец с Полесья // Комс. правда. – 1925. – 6 июля.
79. Погодин, Н. У расплавленного металла // Правда. – 1927. – 6 окт.
80. Полуян, Д. О кризисе печати // Журналист. – 1921. – №19. – С. 3.
81. Пошатаев, В. Пятьдесят шесть лет спустя // Правда. – 1990. – 3 дек.
82. Пошатаев, В. Вокруг убийства Кирова // Правда. 1990. 4 нояб.
83. Правда. – 1923. – 8 сент.
84. Правда. – 1924. – 19 февр.
85. Правда. – 1924. – 30 янв.
86. Преображенский, Е. В деревне // Правда. – 1919. – 1 июля.
87. Разбаш, Л. На льдине все в порядке // Комс. правда. – 1955. – 10 февр.
88. Резервуар под землей // Правда. – 1967. – 16 марта.
89. Репин, Л. Герой смутного времени // Комс. правда. – 1990. – 24 мая.
90. Самолис, Т. Очищение правдой: откровенный разговор // Правда. – 1986. – 13 февр.
91. Саратовские высокоточные // Правда. – 1967. – 9 июня.
92. Седых, Ю. Хозрасчет в колхозах // Правда. – 1966. – 18 февр.
93. Симонов, К. Июнь – декабрь // Красная звезда. – 1941. – 31 дек.
94. Симонов, К. Осада Тернополя // Красная звезда. – 1944. – 16 апр.
95. Сосновский, Л. К покушению на тов. Ленина // Петроградская правда. – 1918. – 1 сент.
96. Страдающий Аким. В. Ленину // Беднота. – 1918. – 11 сент.
97. Титаренко, Н. На Черном море // Правда. – 1941. – 20 сент.
98. Хинштейн, А. Династия // Моск. комсомолец. – 1998. – 5–12 февр.
99. Хинштейн, А. Собачье сердце первого президента // Моск. комсомолец. – 2002. – 13 февр. – С. 2.

100. Холодный, Т. Простые люди // Правда. – 1942. – 4 сент.
101. Цемент – новостройкам. // Правда. – 1967. – 15 марта.
102. Ципко, А. Путину есть чему поучиться у Сталина // Комс. правда. – 2002. – 20 апр.
103. Чикин, М. Катя, внучка президента Ельцина – о дедушке из Парижа // Комс. правда. – 1998. – 14 янв.
104. Чирков, Ю. И. Соловки // Сов. культура. – 1989. – 4 марта.
105. Шаметко, В. Жатва на Алтае // Правда. – 1947. – 5 авг.
106. Экономические методы – в основу руководства хозяйством // Сельская жизнь. – 1966. – 29 нояб.
107. Эренбург, И. Весна в январе // Красная звезда. – 1942. – 14 янв.
108. Эренбург, И. Свет в блиндаже // Красная звезда. – 1942. – 20 нояб.
109. Яш-ов. В борьбе с калымом, баями и кораном // Комс. правда. – 1925. – 10 июня.

Электронные ресурсы

1. Акопов, Г. Л. Политические интернет-коммуникации как инновационный фактор общественного развития [Электронный ресурс]: дис. ... д-ра полит. наук : 10.01.10 / Г. Л. Акопов ; СПбГУ. – СПб., 2013. – URL: <http://www.dissercat.com/content/politicheskie-internet-kommunikatsii-kakinnovatsionnyi-faktor-obshchestvennogo-razvitiya#ixzz46AJQFQJx>.
2. Антонов-Овсеенко, А. А. Роль периодической печати в формировании общественного сознания в России в 1917 г. [Электронный ресурс]: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / А. А. Антонов-Овсеенко; Тверск. гос. ун-т. – Тверь, 2013. – URL: <http://www.dissercat.com/content/rol-periodicheskoi-pechati-v-formirovanii-obshchestvennogo-soznaniya-v-rossii-v-1917-g#ixzz46ALL9qhJ>.

3. Балынская, Н. Р. Специфика участия средств массовой информации в политическом процессе современной России: [Электронный ресурс]: дис. ... д-ра полит. наук: 10.01.10 / Н. Р. Балынская; Урал. ун-т им. Горького. – Екатеринбург, 2009. – URL: <http://www.dissercat.com/content/spetsifika-uchastiya-sredstv-massovoi-informatsii-v-politicheskom-protssesse-sovremennoi-ross#ixzz46AMnw8hq>.

4. Бергер, Н. В. Расследование как метод журналистской деятельности [Электронный ресурс]: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / Н. В. Бергер; СПбГУ. – СПб., 2006. – URL: <http://www.dissercat.com/content/rassledovanie-kak-metod-zhurnalistskoideyatelnosti#ixzz46ANQHRnl>.

5. Бережная, М. А. Проблематика социальной сферы в телевизионной журналистике: актуализация позитивного дискурса [Электронный ресурс]: дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / М. А. Бережная; СПбГУ. – СПб., 2009. – URL: <http://www.dissercat.com/content/problematika-sotsialnoi-sfery-v-televizionnoi-zhurnalistike-aktualizatsiya-pozitivnogo-disku#ixzz46AUN8gqO>.

6. Блохин, И. Н. Этножурналистика в политических процессах: ролевой анализ [Электронный ресурс]: дис. ... д-ра полит наук : 10.01.10 / И. Н. Блохин; СПбГУ. – СПб., 2009. – URL: <http://cheloveknauka.com/etnozhurnalistika-v-politicheskikh-protssessah#ixzz46GMCJUKE>.

7. Бодрунова, С. С. Медиакратия: СМИ и власть в современных демократических обществах [Электронный ресурс]: дис. ... д-ра полит. наук: 10.01.10 / С. С. Бодрунова; СПбГУ. – СПб., 2015. – URL: <http://www.dslib.net/zhurnalistika/mediakratija-smi-i-vlast-v-sovremennyh-demokraticeskikh-obwestvah.html>.

8. Вертешин, А. И. Медиалегитимация политической власти в современной России [Электронный ресурс]: дис. ... д-ра полит. наук: 10.01.10 / А. И. Вертешин; СПбГУ. – СПб., 2009. – URL: <http://www.dissercat.com/content/medialegitimatsiya-politicheskoi-vlasti-v-sovremennoi-rossii#ixzz46GP3UYtT>.

9. Волковский, Н. Л. Журналистика в информационных войнах: исторические истоки и современные тенденции [Электронный ресурс]: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / Н. Л. Волковский; СПбГУ. – СПб., 2003. – URL: <http://www.dslib.net/zhurnalistika/zhurnalistika-v-informacionnyh-vojnah.html>.

10. Глоба, П.П. Волосы. Родинки. Родимые пятна./ Электронный ресурс. // <http://www.gnozis.info/?q=node/3724>

11. Грабовский, С. Миф о «золотом времени» Брежнева. К 50-летию прихода к власти «дорогого Леонида Ильича. 9 октября, 2014 – Электронный ресурс. // <http://day.kyiv.ua/ru/article/istoriya-i-ya/mif-o-zolotom-vremeni-brezhnevay>.

12. Гринберг, Т. Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью: модели, технологии, синергетический эффект [Электронный ресурс]: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / Т. Э. Гринберг; МГУ им. М. В. Ломоносова. – М., 2014. – URL: <http://vak.ed.gov.ru/dis/details?xPARAM=136724>.

13. Громько, Н. В. Использование информационных технологий в качестве концентриального оружия // Восток. – 2005. – № 7/8 (31/32), июль-август. – URL: <http://www.situation.ru/app/index.htm>.

14. Дзялошинский, И. М. Коммуникационные стратегии социальных институтов в медиапространстве России [Электронный ресурс]: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / И.М.Дзялошинский; МГУ им. М.В.Ломоносова. – М., 2013. – URL: <http://www.dissercat.com/content/kommunikatsionnye-strategii-sotsialnykh-institutov-v-mediaprostranstve-rossii#ixzz46GhIGiPM>.

15. Евдокимов, В. А. Роль средств массовой информации в политизации социального конфликта [Электронный ресурс]: дис. ... д-ра полит. наук: 10.01.10 / В. А. Евдокимов; Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького. – Екатеринбург, 2007. – URL: <http://vak1.ed.gov.ru/ru/dissertation/subscription/index.php?id54=10557&from54=5>.
16. Журналист и журналистика [Электронный ресурс]: печатные СМИ, радио, телевидение. – Электрон. текст. дан. – М., 2002. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
17. Иваницкий, В. Л. Трансформация журналистики России в условиях становления отрасли СМИ [Электронный ресурс]: дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10. / В. Л. Иваницкий; МГУ им. Ломоносова. – М., 2011. – URL: <http://vak1.ed.gov.ru/ru/dissertation/subscription/index.php?id54=12401&from54=1>.
18. Карл, Т. Л. Что есть демократия? / Т. Л. Карл, Ф. Шмиттер. – URL: <http://www.politnauka.org/library/dem/karl-shmitter.php>.
19. Ким, М. Н. Интеграция творческих и технологических факторов в создании журналистского произведения [Электронный ресурс]: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / М. Н. Ким; СПбГУ. – СПб., 2001. – URL: <http://www.dissercat.com/content/integratsiya-tvorcheskikh-i-tekhnologicheskikh-faktorov-v-sozdanii-zhurnalistskogo-proizvede#ixzz46JD9zuWu>.
20. Киуру, К. В. Имидж в политической коммуникации: дискурсивный анализ [Электронный ресурс]: дис. ... д-ра полит. наук: 10.01.10. / К. В. Киуру; СПбГУ. – СПб., 2008. – URL: <http://cheloveknauka.com/imidzhevyu-mediatekst-v-politicheskoykommunikatsii#ixzz46JF6vz74>.
21. Клаппер, Д. Эффекты массовой коммуникации [Электронный ресурс]. – URL: http://www.media.uttmn.ru/library-_view_book.php?chapter_num=-1&big=117.

22. Клаппер, Д. Эффект массовой коммуникации [Электронный ресурс]. – URL: http://www.media.utttmm//ru/library-viewbook.php?chapter/num_-180ig=117.

23. Кравцов, В. В. Инновационная журналистика и власть в современном медийном пространстве [Электронный ресурс]: дис. ... д-ра филол. наук :10.01.10. / В. В. Кравцов; М.: Ин-т повышения квалификации работников радио и телевидения. – М., 2012. – URL: <http://www.dissercat.com/content/innovatsionnaya-zhurnalistika-i-vlast-v-sovremennom-mediinom-prostranstve#ixzz46JQaMlJl>.

24. Кривоносов, А. Д. PR-текст как инструмент публичных коммуникаций [Электронный ресурс]: дис. ... д-ра филол. наук : 10.01.10 / А.Д. Кривоносов; СПбГУ. – СПб., 2002. – URL: <http://cheloveknauka.com/pr-tekst-kak-instrument-publichnyh-kommunikatsiy#ixzz46JVp5WK5>.

25. Лозовский, Б. Н. Манипулятивные технологии влияния на средства массовой информации [Электронный ресурс]: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. / Б. Н. Лозовский; Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького Екатеринбург, 2010. – URL: <http://vak1.ed.gov.ru/ru/dissertation/subscription/index.php?id54=11675&from54>.

26. Лысакова, И. П. Социолингвистический анализ газеты: дис. ... д-ра филол. наук [Электронный ресурс]: 10.01.10 / И. П. Лысакова; ЛГУ им. А. А. Жданова. – Л., 1984. – URL: <http://cheloveknauka.com/sotsiolingvisticheskiy-analiz-gazety/>.

27. Мельник, Г. С. Массовая коммуникация как фактор политического влияния [Электронный ресурс]: дис. ... д-ра полит. наук: 23.00.03 / Г. С. Мельник; СПбГУ. – СПб., 1998. – URL: <http://www.dissercat.com/content/massovaya-kommunikatsiya-kak-faktor-politicheskogo-vliyaniya#ixzz46L4wQfcr>.

28. Мисонжников, Б. Я. Соотношение содержательных и формальных структур печатного издания [Электронный ресурс]: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / Б. Я. Мисонжников; СПбГУ. – СПб., 2001. – URL: <http://cheloveknauka.com/sootnoshenie-soderzhatelnyh-i-formalnyh-struktur-pechatnogo-izdaniya#ixzz46LCZydSr>.

29. Михайлов, С. А. Мировые тенденции и национальные особенности в современной зарубежной журналистике [Электронный ресурс]: дис. ... д-ра полит. наук: 10.01.10 / С. А. Михайлов; СПбГУ. – СПб., 2002. – URL: <http://www.dissercat.com/content/mirovye-tendentsii-i-natsionalnye-osobennosti-v-sovremennoi-zarubezhnoi-zhurnalistike#ixzz46L6C8CO5>.

30. Общественно-ориентированная журналистика: плюсы и минусы. Мнение американских журналистов [Электронный ресурс] // Право знать. – 1994. – Вып. 39 (окт.). – URL: [http://www.dzyalosh.ru/02-dostup/pravo/1999_34\(10\)/obshestvenno_orientirovannaya_jurnalistika.htm](http://www.dzyalosh.ru/02-dostup/pravo/1999_34(10)/obshestvenno_orientirovannaya_jurnalistika.htm).

31. Пронин, Е. И. Выразительные средства журналистики [Электронный ресурс]: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 / Е. И. Пронин. – М., 1984. – URL: <http://www.dissercat.com/content/vyrazitelnye-sredstva-zhurnalistiki#ixzz46LSg5vEb>.

32. Разоблачение мифов о Хрущеве: никакой пользы, кроме вреда – Электронный ресурс.:
<http://www.nakanune.ru/articles/17756/#sthash.yD2eGFZf.dpuf>

33. Сталин, И. В. О некоторых вопросах истории большевизма [Электронный ресурс] // Пролетарская революция. – 1931. – № 6. – URL: https://www.marxists.org/russkij/stalin/t13/t13_17.htm.

34. Трушков, В. Дата в истории. К 100-летию со дня рождения Ю.В. Андропова / электронный ресурс. // <https://kprf.ru/history/date/132080.html>

35. Эндельман О. Легенды и мифы Советского Союза [электронный ресурс]// http://www.ruthenia.ru/logos/number/1999_05/1999_5_15.htm

VII. Литература на иностранных языках

1. Cohen, B. The press and foreign policy / B. Cohen. – New York: Harcourt, 1963. – 300 p.
2. Graber, D. Mass media and American Politics / D. Graber. – 8-th ed. Washington DC: Congressional Quarterly Press, 2010. – 464 p.
3. Harronn, M. Elections and Voters. Comparativ Introduction. Hampshire / M. Harronn, W. L. Miller W. L. – L.: Political Science, 1987. – 287 p.
4. Lenart, S. Shaping political attitudes. The impact of interpers communication and mass media / S. Lenart. – West Lafayet : SAGE, 1994. – 155 p.
5. McQuail, D. Mass Communication : Theory An Introduction / D. McQuail. – L.: Language Arts & Disciplines, 1987. – 352 p.
6. Schudson, M. The power of news / M. Schudson. – London: Harvard University Press London, 1995. – 269 p.
7. Zaller, J. The myth about massive effect of media revived? New support of discredited idea // Political persuasion and attitudes chahge / ed. by Muts D.C. Sniderman P.M., Brody R.A. – Ann Albor: Univ. of Michigan Press, 1996. – P. 17–79.

Приложение 1.

Газетные публикации Л. А. Васильевой, в которых используются методы подачи «испытано на себе», «эвент экш», «инфотейнмент», «финишинг»

1. Васильева, Л. Поможем мэру Копылову собрать деньги на канатную дорогу // Комс. правда. (ДВ представительство). – 2002. – 15 февр.
2. Васильева, Л. Народных денег Копылов не взял. Сумму, собранную журналистами «КП» на строительство канатной дороги, Юрий Копылов назвал позорной, зато символичной // Комс. правда. – 2002. – 16 февр. (эвент экшн).
3. Васильева, Л. Наша служба и опасна и заразна // Комс. правда. – 2002. – 17 янв. (испытано на себе).
4. Васильева, Л. «Слушай, мы в бомжатник хотим» // Комс. правда. – 2001. – 11 дек.
5. Васильева, Л. На бомжатник нашлись деньги. Он станет центром для реабилитации бездомных // Комс. правда. – 2003. – 13 марта (финишинг).
6. Васильева, Л. Я вооружена и очень опасна // Комс. правда. – 2002. – 10 июня (испытано на себе).
7. Васильева, Л. Как я работала бабой-ягой // Комс. правда. – 2003. – 3 янв. (испытано на себе).
8. Васильева, Л. У актеров-кукольников правая рука длиннее левой. Наш корреспондент поработал один день актрисой в кукольном театре // Комс. правда. – 2003. – 25 янв. (испытано на себе).
9. Васильева, Л. Загнанных кондукторов укачивает, не правда ли? // Комс. правда. – 2002. – 19 марта (испытано на себе).

10. Васильева, Л. Уборка города: планов много, а толку. Наш корреспондент работал дворником // Комс. правда. – 2002. – 3 марта (испытано на себе).

11. Васильева, Л. Весна! Пора любви и сифилиса. Наш корреспондент поработал в кожно-венерологическом диспансере младшей медсестрой // Комс. правда. – 2002. – 21 мая (испытано на себе).

12. Васильева, Л. Русский врач зарабатывает как американский – 50 долларов. Только американец – в день, а наш в месяц. Наш корреспондент несколько смен отработал в одном из травмпунктов Владивостока // Комс. правда. – 2002. – 11 июня (испытано на себе).

13. Васильева, Л. Баба на рыбалке – не к безрыбью. Корреспондент «Комсомолки» решила на себе испытать особенности национальной зимней рыбалки. Ей понравилось. // Комс. правда. – 2002. – 15 янв. (испытано на себе).

14. Васильева, Л. Городские самоцветы. Наш корреспондент торговала на улице мастеров бусами, которые сделала своими руками //

15. Васильева, Л. Приморский арбуз – сладок на вкус. Наш корреспондент на целый день стал торговцем арбузами // Владивосток. День за днем. – 2007. – 24 авг. (испытано на себе).

16. Васильева, Л. В мэры не вышла. Корреспондент «Российской газеты» попыталась стать кандидатом на выборах градоначальника Владивостока // Российская газ. – 2008. – 3 апр. (испытано на себе)

17. Васильева, Л. Блестит как стеклышко. Корреспондент «Российской газеты» вызвалась вымыть окна в высотном доме // Российская газ. – 2008. – 13 марта (испытано на себе) и др.