

Кандидат филологических наук Архипова Ю.В.

ПОЛИТИЧЕСКИЙ МИФ

Необходимость управления информационно-коммуникационными процессами, а также осуществление контроля за этими процессами обострила интерес к такому виду профессиональной деятельности, как коммуникационный менеджмент. Под коммуникационным менеджментом сегодня понимают не только управление коммуникациями, но и управление общественно-политическими процессами посредством коммуникаций (3). Целями такого управления являются формирование благоприятной обстановки для осуществления внешней и внутренней политики государства, легитимизация действий власти в глазах общественности, поддержание хорошего гражданского самочувствия населения.

Ключевым понятием коммуникационного менеджмента становится социальная коммуникация, для которой характерны такие черты, как массовость, комплексность воздействия, эмоциональность, императивность (постановка общепринятых общественных предписаний выше личностных, индивидуальных). Именно в рамках социальной коммуникации осуществляется формирование социальных установок, влияющих на то, как общество в целом воспринимает окружающий мир и происходящие в нем события. Существуют различные средства формирования подобных установок, влияющих на гражданское самочувствие, среди которых следует назвать и политические мифы.

Под политическим мифом будем понимать «превращенную форму политического сознания, в котором знание и понимание фактов политики замещается образами, символами, вымыслами, легендами и верой в них» (5). Иными словами, миф для верящего в него человека – это особая жизненная

реальность, только деформированная. Деформация происходит в связи с извечным стремлением человечества видеть мир не таким, какой он есть (что, в принципе, проблематично, поскольку это вопрос разных точек зрения), а таким, каким оно желает или привыкло его видеть. Ролан Барт в своей книге «Мифологии» утверждал, что «конечная задача всех мифов – сделать мир неподвижным; миф должен внушать и изображать такой мировой экономической порядок, где раз и навсегда установлена иерархия владений. <...> Мифы непрестанно и неумолимо добиваются, вкрадчиво и непреклонно требуют, чтобы все люди узнавали себя в вековечном и непреклонно требуют, чтобы все люди узнавали себя в вековечном и вместе с тем исторически конкретном образе, который создан для них как бы раз и навсегда (1, с. 283).

Неподвижность, предсказуемость мира, представленного в мифе, изоморфность предметов издревле вселяло в человека уверенность, ощущение его значимости. Сознательное упрощение картины действительности выступало средством преодоления страха перед ней. Мифология служила и продолжает служить средством нивелирования таких черт реальной действительности, как подвижность (текучесть), алогичность, бессистемность, изменчивость. Отсюда такие свойства мифа, как вневременность, эмоционально-чувственный характер, коммуникативность, структурность, ценностная природа.

Под вневременностью мы понимаем способность мифа принадлежать одновременно прошлому, настоящему и будущему, объясняя их. Парадокс в том, что миф всегда имеет под собой некую историческую основу. По словам Р. Барта, «миф есть слово, избранное историей», а потому он не может возникнуть «из природы вещей» (1, с. 234). Мифы всегда уходят корнями в прошлое, но то, как толкуется это прошлое, является принадлежностью настоящего и имеет проекцию в будущее. Современная политическая мифология иллюстрирует этот тезис гораздо более ярко, чем древние мифы о сотворении мира, о богах и героях. Например, миф о Борисе Ельцине как

отце новой российской демократии является, с одной стороны, одним из возможных ключей к пониманию истории новой России, с другой стороны, – принадлежностью настоящего, мерилom деятельности нынешней власти. С помощью него можно объяснить концепцию «суверенной демократии» и дать оценку перспективам развития российской политической системы.

Принципиальным отличием мифологического мировоззрения от исторического является процесс оперирования фактами. Для мифа важнее интенция, выражающая существующую идеологию. Под интенцию подбираются соответствующие факты, выполняющие роль иллюстрации. Для исторического мировоззрения факт первичен и самодостаточен. Возвращаясь к мифу о Борисе Ельцине, рискнем предположить, что как только отпадет общественная (идеологическая) необходимость в этом мифе, ему на смену придет подлинная историческая оценка деятельности первого российского президента.

Эмоционально-чувственный характер мифа связан с его принципиальной противоположностью рационалистическому способу познания. Миф не столько читается, сколько переживается адресатом. Он производит непосредственное впечатление, его «прочтение» происходит мгновенно, без логических обоснований и аргументации. На место аргументов заступают яркие, чувственно осязаемые образы. «Для читателя мифа образ как бы естественно влечет за собой понятие, означающее как бы обосновывает собой обозначаемое» (1, с. 255). Миф не должен убеждать – он рассчитан на интуитивное восприятие, в основе которого лежит вера.

Именно эмоционально-чувственная природа мифа объясняет тот факт, что современная политическая мифология не может обойтись без визуализации. И все чаще средством тиражирования современных политических мифов является телевидение и глянцевоe журналы. Например, в тиражировании мифа «Тандем Дмитрий Медведев-Владимир Путин – антикризисный резерв России» важную роль сыграли такие журналы, как «Hello», «Star hit», активно публиковавшие фотографии первых лиц государства. На этих фото

Медведев и Путин были изображены на совместной прогулке с собаками, во время катания на горных лыжах, сидящими за столиком в одном из сочинских баров во время просмотра футбольного матча.

Важную роль в визуализации политического мифа играют предметы, которые в соответствующем контексте становятся артефактами. Таковым, например, стал знаменитый «Запорожец» Владимира Путина, на котором тот ездил во время саммита G8. Согласно легенде, растиражированной СМИ, «Запорожец» был первой машиной Владимира Владимировича. Его семья Путина выиграла в лотерею (лотерейный билет маме Владимира Владимировича дали в магазине на сдачу). «Родители решили меня побаловать. Отдали «Запорожец» сыночку, и он на нем благополучно рассекал. Я на этом «Запорожце» все время ездил, даже на сборы. Я лихачом был. И при этом все время боялся разбить машину. Как ее потом восстанавливать?» – вспоминал позже Владимир Путин (7). Российской общественностью эта история до сих пор переживается как совершенно реальная, которая могла бы произойти с любым из наших граждан в середине 70-х. Фотографии с неофициальной встречи в Стрельне в 2006 году, когда В. Путин с гордостью демонстрировал своей первый автомобиль чете Буш, до сих пор активно публикуются, заставляя проживать эту историю снова и снова.

Под коммуникативностью мифа мы понимаем его принадлежность конкретному дискурсу. Иными словами, миф создается как текст, чтобы быть прочитанным. Миф всегда содержит в себе некое сообщение, которое дает ключ к пониманию происходящего (произошедшего, того, что будет происходить). Любой политический миф является принадлежностью политического дискурса в рамках определенной политической системы. В этом случае цель мифа – поддерживать эту систему идеологически.

Как любой текст миф имеет свою структуру. Анализируя структуру мифа, Клод Леви-Стросс заметил: «Если мифы имеют смысл, то он определен не отдельными элементами, входящими в их состав, а тем способом, которым

эти элементы комбинируются» (4, с. 243). Подобное замечание исследователя утверждает нас в мысли, что миф в первую очередь является порождением языка. Причем в качестве языковых единиц, организующих структуру мифа, могут быть как собственно лингвистические средства, так и аналоговые (знаки, фотографии, графические изображения и т.д.).

Важнейшей характеристикой мифа, в том числе и политического, является также его ценностная природа. Именно в силу ценностной природы миф, по мнению Р. Барта, «не подчиняется критерию истины» (1, с. 249). Восприятие сообщения, содержащегося в мифе, всегда носит оценочный характер, то есть его истолкование происходит в соответствии с конкретной системой ценностей, к которой апеллирует миф. Так, например, книга В. Жириновского «Иван, запахни душу!» полностью основана на русском национальном мифе, основное содержание которого (в редакции лидера ЛДПР) можно представить в уже ставших традиционными политических лозунгах: «Россия для русских!», «Пора делать выбор!», «Наши дети не хотят быть рабами!», «Не врать и не бояться!», «Вернуть России былое величие!», «Нас никому не победить!», «Россия может быть только сильным государством!».

Напоминая о славных страницах русской истории (победы Александра Невского, реформы Петра Первого), автор книги тут же рисует картины «падения» России: «Война пришла к тебе домой, Ваня! Тебя взрывают. Тебе режут горло. Тебя затаптывают до смерти ногами, ломая ребра и вбивая их обломки в твое молодое сердце. Тебе стреляют в затылок. И все это происходит в твоём же городе... И ты идёшь со своими товарищами на Манежную площадь и на площади десятков русских городов, чтобы проклясть ту власть, при которой отмороzków, убивающих наших ребят, отпускают из милиции за взятку в тысячу долларов» (2, с. 3-4).

Апеллируя к национальному самосознанию, русской национальной гордости, чувству социальной справедливости, Жириновский даёт своё толкование недавно произошедших событий и настоящего положения вещей.

Типичный популистский лозунг оппозиции «Несправедливая власть проводит несправедливый курс» оказывается вписанным в миф о «третьем дыхании» России, которое вскоре откроется не без поддержки ЛДПР. Как это произойдет, в книге не объясняется. Потому что детали не должны отвлекать от главного – единовременного переживания (проживания) мифа о славном прошлом – бесславном настоящем – прекрасном будущем России. Яркая образность, очевидная оценочность автора способствуют этому переживанию.

Существует мнение, что очередная реставрация русского национального мифа является насущной необходимостью, поскольку его наличие и бытование в массовых коммуникациях является гарантией устойчивости нации (6). Не беремся судить, насколько успешна эта реставрация, поскольку пока миф существует фрагментарно, будучи включенным в структуру отдельных политических мифов.

Но если говорить о политических мифах в целом, то следует отметить, что они оказывают огромное влияние на массовое сознание и в рамках социальной коммуникации могут служить отличным средством поддержания хорошего гражданского самочувствия. В этой связи политический миф может быть назван одной из эффективных технологий коммуникационного менеджмента.

Список использованной литературы и Интернет-ресурсов

1. Барт Р. Мифологии. М., 2004.
2. Жириновский В. Иван, запахни душу! Избранные места из романа-исследования о моем поколении. М., 2011.
3. Карбасова О.В. Коммуникационный менеджмент во внешней политике Франции в конце XX века. М., 2010.
4. Леви-Стросс К. Структурная антропология. М., 2011.
5. Новая философская энциклопедия // http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy

6. Холмогоров Е. Реставрация будущего // Главная тема. М., 2005. № 5. С. 5-33

7. АВТО@mail.ru <http://auto.mail.ru/article.html?id=28912>