

Культура. МИФОТВОРЧЕСТВО В МЕДИАКУЛЬТУРЕ

Автор: Н. Б. КИРИЛЛОВА

Исследования социокультурной ситуации в постсоветской России показывают, что интенсивное развитие медиакультуры¹, в особенности аудиовизуальной, все более активно влияет на общественное сознание как мощное средство информации, культурных и образовательных контактов, как фактор развития творческих способностей личности. Последнее сегодня очевидно, так как видео, CD-Rom, DVD, Интернет предоставляют человеку возможность индивидуального общения с экраном в интерактивном режиме как с целью реализации своих творческих идей, используя преимущества "виртуального" мира, так и с целью познания "другого". В то же время в идеологизированном обществе медиакультура способна стать весьма эффективным средством создания и распространения политических мифов, используемых как инструмент власти.

Миф как коммуникативная система

Современный человек мнит себя рациональным существом, весьма далеким от мифа. Вместе с тем наши представления об окружающем мире независимо от нас, на уровне "бессознательного", носят мифологический характер.

Немецкий философ Э. Кассирер, объясняя это явление, писал, что человек "не противостоит реальности непосредственно, он не сталкивается с ней лицом к лицу..." И в то же время не может жить в мире строгих фактов или сообразно со своими непосредственными желаниями и потребностями. Он живет, скорее, "среди воображаемых эмоций, в надеждах и страхах, среди иллюзий и их утрат, среди собственных фантазий и грез" [Кассирер, 1998, с. 471]. Другими словами, между реальностью и человеком должно быть еще нечто, необходим *посредник*, который помог бы индивидууму воспринять реальность, выработать отношение к ней. Одной из таких форм является *медиакультура*, другой - *миф*, в который можно "упаковать" реальность.

То есть миф, как и медиакультура, представляет *коммуникативную систему*. Именно эту функцию выделяет Р. Барт: "Поскольку "миф" - это слово, то мифом может

¹ Медиакультуру можно определить как совокупность информационно-коммуникативных средств, материальных и интеллектуальных ценностей, выработанных человечеством в процессе культурно-исторического развития, способствующих формированию общественного сознания и социализации личности. Она включает в себя культуру передачи информации и культуру ее восприятия; может выступать и системой уровней развития личности, способной воспринимать, анализировать, оценивать тот или иной медиа-текст, заниматься медиаторством, усваивать новые знания посредством медиа.

Кириллова Наталья Борисовна - кандидат искусствоведения, заслуженный деятель искусств РФ, профессор кафедры культурологии Уральского государственного университета им. А. М. Горького.

стать все, что покрывается дискурсом. Определяющим для мифа является не предмет его сообщения, а способ, которым оно высказывается; у мифа имеются формальные границы, но нет субстанциональных. Наш мир бесконечно суггестивен" [Барт, 1996, с. 233 - 234].

Слово-миф способно создавать реальность. О диалектике мифа и его предпосылках размышлял А. Лосев: "Даже всякая неодушевленная вещь или явление, если их брать как предметы не абстрактно-изолированные, но как предметы живого человеческого опыта, обязательно суть мифы. Все вещи нашего обыденного опыта - мифичны; и от того, что обычно называют мифом, они отличаются, может быть, только несколько меньшей яркостью и меньшим интересом" [Лосев, 2001, с. 102].

Итак, медиакультура, средства массовых коммуникаций создают мифы, которые позволяют человеку воспринимать окружающую действительность. Но *мифы создают и самого человека*. М. Мамардашвили, определяя миф как "машину культуры", считал, что "человек есть искусственное существо, рождаемое не природой, а саморождаемое через культурно изобретенные устройства, такие как ритуалы, мифы, магия и т.д., которые не есть представления о мире, не являются теорией мира, а есть способ конструирования человека из природного, биологического материала" [Мамардашвили, 2000, с. 45 - 47].

Но "конструирование человека" есть не что иное, как процесс его социализации, то есть формирование мировоззрения, нравственных ориентации, целостной "картины мира". А это - одна из основных функций медиакультуры в обществе. Таким образом, миф - не просто посредник между человеком и реальностью, а своеобразный механизм управления человеком, проникающий в его внутренний мир, сферу сознания и подсознания, программируя его. В конечном итоге миф с помощью медиа создает особую *мифологическую реальность*, которая начинает восприниматься человеком как истина, как объективная реальность.

При этом конструировать новую, "мифологическую" реальность можно с помощью любых медиасредств (литературы, изобразительного искусства, телевидения, кино, прессы и др.). Дело в том, что " в мифе мир освоен, причем так, что фактически любое происходящее событие уже может быть вписано в тот сюжет и в те события и приключения мифических существ, о которых в нем рассказывается". По мнению того же Мамардашвили, "миф есть рассказ, в котором уместаются любые конкретные события; тогда они понятны и не представляют собой проблемы" [Мамардашвили, 2000, с. 40]. То есть в восприятии мифа срабатывают те структуры сознания, которые позволяют "упорядочить картину мира", адаптируя индивида к условиям жизни, окружающей реальности.

Роль средств массовых коммуникаций в этом процессе трудно переоценить. Так, В. Ленин в канун событий октября 1917 г. говорил, что успех будет обеспечен только тогда, когда в руках большевиков окажутся почта, телеграф, телефон (средства связи), мосты и банки. А одним из первых декретов новой власти был Декрет о печати, изданный буквально через два дня после переворота. Среди главных ленинских декретов в социально-культурной сфере был и Декрет о национализации кино- и фотопромышленности от 27 августа 1919 г. "Из всех искусств для нас важнейшим является кино" - знаменитая ленинская фраза определила на несколько десятилетий развитие советского кинематографа. С помощью медиакультуры в советской России начали создаваться новая идеология и новая политическая мифология, ориентирующиеся на массовое сознание как на главную цитадель мифов.

Миф как инструмент власти

С одной стороны, с помощью мифов, которые Мамардашвили назвал "машинами культуры", мы прорываемся к отдельным "файлам", содержащим информацию о прошлом. С другой стороны, мифы - эффективный инструмент "конструирования реальности", что активно использовалось и используется в политических целях.

По определению А. Цуладзе, "политический миф - это миф, используемый для реализации политических целей: борьбы за власть, легитимизации власти, осуществления политического господства". Используемые в качестве инструмента политической борьбы мифы оказывают колоссальное влияние на общество. Политическую мифологию можно назвать "прикладной" [Цуладзе, 2003, с. 56 - 57], поскольку за любым политическим мифом скрыты конкретные интересы определенных лиц и групп.

Особенность политического мифа в том, что он всегда стремится стать реальностью. В этом крайне заинтересованы те лица и группы, которые данный миф эксплуатируют. Однако попытки подменить реальность часто кончались трагически, хотя в то же время без таких попыток не было бы истории. Г. Лебон писал: "Все наши художественные, политические или социальные понятия непременно носят на себе могущественный отпечаток иллюзий. Человек иногда повергает в прах эти иллюзии ценой ужасных переворотов, но он всегда бывает вынужден снова извлечь их из-под развалин... Все это пустые тени, дочери наших мечтаний, но они вынудили народы создать все то, что составляет теперь славу искусства и величие нашей цивилизации. Главным фактором эволюции народов никогда не была истина, но всегда заблуждение" [Лебон, 2000, с. 230 - 231]. Иллюзии, о которых пишет Лебон, и есть политические мифы - истинные "локомотивы" прогресса.

Украинский исследователь Г. Почепцов считает, что миф - универсальная конструкция, которую всегда можно наполнить конкретным содержанием. "Миф предстает перед нами как сценарий развертывания имиджа, в котором сразу заполняются до этого пустые роли друзей и врагов главного героя. Миф является целой конструкцией, в этом его принципиальная выгодность, поскольку большое число нужных характеристик теперь будут всплывать автоматически. В случае подключения мифа уже нет необходимости порождать целые тексты, можно только намекать, подсказывая существенные характеристики, подводящие массовое сознание к тому или иному мифу" [Почепцов, 2001, с. 105 - 106].

Однако дело не только в конструкции мифа. Миф опирается на архетипы, являющиеся его энергетической подпиткой. У каждого народа свои архетипические особенности, так как архетипы формировались в начале его истории. Сформировавшись, они сопровождают народ на протяжении всего исторического пути. Поэтому политику, чтобы стать мифологическим персонажем, надо не просто создать некую конструкцию, но вписаться в какой-то национальный, "вечный" миф.

Среди таковых особое место занимают мифы национальные. Именно они составляют "душу народа", если следовать терминологии Лебона. Национальное самосознание формируется на основе мифов и неотделимо от них. Точнее было бы сказать, что исторические события становятся значимыми для потомков, когда вписаны в структуру национального мифа. В этом смысле история нации - миф, созданный ею о самой себе.

Одним из первых, кто предложил использовать миф в качестве политического инструмента, был теоретик синдикализма Ж. Сорель. Он считал, что мифы должны создаваться искусственно, чтобы воодушевлять массы. Эти идеи, видимо, были навеяны сочинениями Лебона. Но если Лебон осуждал революции и относился пренебрежительно к толпе, то Сорель, наоборот, был певцом революционного насилия. Во всеобщей забастовке он видел мифологическую концепцию, олицетворяющую социализм.

В России выдающимся теоретиком и практиком использования мифов как политического инструмента стал Ленин. Он как никто другой в большевистском руководстве чувствовал великую преобразующую силу мифов, но и сам находился в их плену. Главный миф, который владел Лениным, состоял в неотвратимости победы социализма над капитализмом, в объективном характере выведенных К. Марксом законов исторического развития. Ленин выразил это в формуле: "Учение Маркса всесильно, потому что оно верно".

Своеобразным политическим мифом и одновременно новой религией стала идея коммунизма, которая формировалась постепенно, заимствуя многие атрибуты религии. "Священные писания" классиков марксизма-ленинизма не могли подвергаться со-

мнению. Их "учение" было объявлено единственно верным, вершиной человеческой мысли. Революционные теории "классиков" стали догматами новой веры. При И. Сталине удалось создать достаточно цельный квазирелигиозный культ со своей системой мифов.

Как в свое время православие, коммунизм насаждался в России "огнем и мечом". "Новый человек" должен был безоговорочно расстаться с прошлым, преодолеть его "пережитки" и перейти в новую веру. Те, кто не подчинялся этим требованиям, объявлялись "врагами" и подлежали уничтожению.

Таким образом, еще одним ресурсом формирования мифов является *антитеза "свой-чужой"* (срабатывающая прямо противоположно бахтинской теории "диалога культур"). Знаменитая ленинская формула "кто не с нами - тот против нас" становится здесь основным критерием. Герой мифа всегда "свой", те, кто против него, - "чужие", то есть враги, злодеи.

В политическом мифе *центральной фигурой является сверхчеловек, носитель верховной власти*. Архетип сверхчеловека может проявляться в самых различных формах - от монарха-самодержца до диктатора какой-нибудь "банановой республики". Даже в развитых обществах в кризисные моменты истории возникает потребность в сильном лидере. "Тяга к сильному лидеру, - отмечает Кассирер, - возникает тогда, когда коллективное желание достигает небывалой силы и когда, с другой стороны, все надежды на удовлетворение этого желания привычными, нормальными средствами не дают результата. В такие моменты чаяния не только остро переживаются, но персонифицируются. Они предстают перед глазами человека в конкретном, индивидуальном облике. Напряжение коллективной надежды воплощается в лидере" [Кассирер, 2001, с. 384 - 385].

К. Юнг в своем интервью в 1938 г. произвел психологический анализ современных ему вождей, и в частности Гитлера: "Не возникает сомнений в том, что Гитлер принадлежит к категории действительно мистических шаманов. Гитлер, который неоднократно показал, что осознает свое мистическое призвание, предстает для фанатиков Третьего Рейха чем-то большим, чем простой человек" [Юнг, 1996, с. 346].

Стержнем магического восприятия власти и ее верховного носителя 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. Так миф готовит почву для диктатуры.

Еще одним грандиозным политическим мифом является *миф о государстве*. Само слово "государство" окружено легендами, предрассудками, всевозможными теориями и мифами, что вполне объяснимо. Зарождение и развитие цивилизации было неотделимо от зарождения и развития государства. История человечества - это история государств. Без государства нет истории, нет нации, нет национальной мифологии. Поэтому понятие "государство", отношение к нему общества играют важнейшую роль в истории народа.

Сразу оговорюсь, что реальное государство (то есть государственная машина, бюрократия) не имеет ничего общего с субъектом мифа о государстве. Государства, о котором идет речь в мифах, никогда не было и не будет. Хотя бы по той простой причине, что мифологическое государство - существо одушевленное и обожествленное. Вспомним распространенные тезисы советской пропаганды: советское государство заботилось о людях, боролось за мир во всем мире, открывало дорогу талантам, защищало рядовых граждан от преступности, карало изменников и предателей, славил героев и т.д. Сверхъестественная природа советского государства подкреплялась культом Ленина, носящим вполне религиозный мифологический характер [Коваль, 1999].

Государство - миф, являющийся краеугольным камнем *национальной мифологии*. Бюрократическая же машина отнюдь не миф. Это именно машина, которая живет по своим собственным законам. Но это уже не законы мифа.

Мифотворчество в прессе, кинематографе и на телевидении

Средства массовой коммуникации становятся в XX в. своеобразным орудием политической власти, манипулятором общественного мнения, во многом предопределенного теми, кто контролирует мир СМИ как самый мощный инструмент оперативного управления массовым сознанием. Можно согласиться с Цуладзе в том, что "СМИ тоталитарны по своей природе, так как стремятся взять под свой контроль волю людей, их мысли и чувства, тем самым ограничивая свободу личности, поработав ее" [Цуладзе, 2003, с. 224]. *СМИ не в состоянии трансформировать саму реальность, но им по силам изменить представление о ней.*

Первостепенная роль в этом процессе отводится газете, обладающей убеждающей силой "документа". Не зря пословица гласит: "Что написано пером, не вырубишь топором". Даже в наши дни для интеллектуальных элит или сферы бизнеса газета обладает большим авторитетом, чем, к примеру, телевидение.

Газетные материалы (в особенности такие жанры, как очерк, репортаж, эссе) близки к художественной литературе. Играя на стереотипах, созданных литературой, используя те же художественные приемы воздействия на читателей, цитируя известных писателей и т.д., журналисты успешно достигают поставленных целей.

В России XX в. наивысшим расцветом мифотворчества прессы был, естественно, советский период. Мифологизация реальности средствами массовых коммуникаций становится основой политики и других тоталитарных систем XX в.: фашистской Италии, гитлеровской Германии, маоистского Китая и др.

Механизмы и приемы создания мифов всюду были одни и те же. Вкратце их можно обозначить так: 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".

Одновременно в первой половине XX в. для создания политических мифов многие государства использовали кинематограф. У истоков мифотворчества был Голливуд, почти с самого начала своей деятельности ставший "фабрикой грез". Эстетические стандарты киномифов были отработаны в американской "системе экранных жанров", самыми популярными из которых были: вестерн, исторический и биографический фильмы, комедия, мелодрама и кинофантастика. Так, в основу вестерна с первых лет его существования лег миф о герое-одиночке, супермене, побеждающем врагов во имя Добра и Справедливости; в основе американской мелодрамы - неизменный миф о Золушке, которая становится "принцессой" в духе американского образца.

Особое значение в экранном мифотворчестве занимают кинематографии СССР и Германии в эпоху становления тоталитарных режимов. Интересно и то, что сразу после окончания Первой мировой войны эти две побежденные страны оказали сопротивление американской экспансии на киноэкране, причем каждая из них пошла своим путем.

В России точкой отсчета стала Октябрьская революция, которая нанесла удар по всем институтам, законам, обычаям и устоям российского общества. Среди кинодокументалистов новой революционной эпохи выделяется творчество Дзиги Вертова (подлинное имя - Д. А. Кауфман). Он начал с хроники, с подборки и монтажа съемок фронтовых кинооператоров, а с 1923 г. стал регулярно выпускать журнал "Киноправда". Вертов доказал, что, отбирая, монтируя и сопровождая текстом кадры, зафиксировавшие реальную жизнь, можно создавать волнующие, поэтические фильмы, прославляющие революцию, дающие правдивые образы новой жизни, новых людей. Пытаясь создать на экране "жизнь врасплох", "мир без игры", Вертов абсолютизировал документалистику, отрицая другие средства массовой коммуникации.

Лучшим фильмом всех времен и народов считается "Броненосец "Потемкин"" С. Эйзенштейна (фильму в этом году исполнилось 80 лет). Историк Ж. Садуль назвал его инсценированной хроникой [Садуль, 1957]. Однако в анализе Садуля нет и не может быть даже намек на мифологизацию исторического события в фильме Эйзенштейна; он оценивает шедевр с точки зрения его "новизны", открытий в сфере "киноязыка" и специфики эмоционально-идеологического воздействия. Но когда мы говорим о мифологизации как явлении медиакультуры, хочется рассмотреть и другие

веские аргументы. К ним в первую очередь относятся мысли самого Эйзенштейна, синтезировавшего в своем творчестве искусство и идеологию, факт и миф: "...Наше кино прежде всего - оружие, когда дело идет о столкновении с враждебной идеологией, и прежде всего - орудие, когда призвано к основной своей деятельности - воздействовать и пересоздавать. Годы нашей жизни - годы неустанной борьбы. И годы подобной титанической борьбы не могли не вызвать к жизни и разновидности подобного агрессивного искусства и своеобразной "оперативной эстетики" искусствовопонимания..." [Эйзенштейн, 1997, с. 13]. Эйзенштейн не скрывает, что его искусство агрессивно по своей природе, деятельно, что его цель - борьба, революционное воздействие и пересоздание.

Силу своего творчества (и это свойство всей современной медиаккультуры) режиссер видит в близком к садизму "патетическом взрыве". От агрессии и насилия через патетику Эйзенштейн ведет зрителя к пафосу идеи революционного переустройства мира, символ которого в фильме - красный флаг броненосца "Потемкина" (самый мощный эстетический и идеологический эффект фильма)².

Мифологизации реальности не избежали и другие классики отечественного кино: В. Пудовкин - постановщик фильмов "Мать" по повести М. Горького, "Конец Санкт-Петербурга", "Потомок Чингисхана" и А. Довженко - автор картин "Арсенал", "Звенигора", "Земля". Правда, их творческий метод отличен от эйзенштейновского.

Мифологизация действительности в советском кино 1930 - 1940-х гг., в отличие от киноавангарда 1920-х, становится откровенно тенденциозной. За примерами ходить далеко не надо: "Веселые ребята", "Цирк", "Волга-Волга", "Весна" Г. Александрова, "Богатая невеста", "Трактористы", "Свинарка и пастух", "Кубанские казаки" И. Пырьева, "Встречный" и "Великий гражданин" Ф. Эрмлера. Что касается картин историко-революционной тематики, то классические образцы здесь - памятные всем "Ленин в Октябре" и "Ленин в 1918 году" М. Ромма, "Человек с ружьем" С. Юткевича, "Чапаев" братьев Васильевых и "Щорс" А. Довженко, "Трилогия о Максиме" Г. Козинцева и Л. Трауберга и многие другие.

Мифотворческие функции советского кино и во второй половине XX в. способствовали появлению фильмов, вошедших в наш "золотой фонд", включая такие, как "Коммунист" и "Твой современник" Ю. Райзмана, "Оптимистическая трагедия" С. Самсонова, "Белое солнце пустыни" В. Мотыля, "Любовь земная", "Судьба" Е. Матвеева, "Освобождение", "Солдаты свободы" Ю. Озерова, "Семнадцать мгновений весны" Т. Лиозновой, "Москва слезам не верит" В. Меньшова и многие другие картины, по сей день любимые зрителями.

Аналогичные процессы шли в 1930-е гг. в фашистской Германии. Еще в 1933 г., сразу после прихода к власти национал-социалистов, И. Геббельс недвусмысленно дал понять сотрудникам кинокорпорации УФА, что они должны координировать свои действия с политикой государства, равно как и национал-социалистического руководства [Герцштейн, 1996]³. С этого момента немецкое кино занимает ведущее место в авангарде борьбы за "национальную культуру", создавая мифы о прошлом и настоящем Германии. Пропаганда Геббельса напрочь отвергает творческие поиски немецких "экспрессионистов" и "камершпиля", называя их "юродивой кинематографией".

Таким образом, мифологизация действительности была общей чертой всех тоталитарных режимов (сюда можно добавить и кино эпохи Муссолини). Правда, мифы были разными: в СССР преобладали мифы политические, в Германии и Италии - национальные.

Тем не менее война идеологий, война мифов привела в конечном итоге к локальному конфликту XX в. - Второй мировой войне, в которую оказались втянутыми многие страны. "Война мифов" не утихла и после разгрома фашизма. Она приобрела новые

² Позднее во многом в тех же мифологических традициях был создан и "Иван Грозный".

³ Говоря об этой теме, нельзя не упомянуть о Л. Рифеншталь, прославившейся в 30-е гг. XX в. пропагандистскими фильмами о Гитлере и нацизме "Триумф воли" и "Олимпия". Ее считают живой легендой национал-социалистической эпохи.

формы, прочно обосновавшись на телевидении, которое превзошло кинематограф и радио по численности зрительской аудитории в несколько раз.

Телевидение - особый вид массовой коммуникации, но оно формировалось в Западной Европе и США в условиях завоеванной всеми СМИ свободы информации. В СССР же первые опыты по выпуску телепрограмм проходили в 1938 - 1940-х гг. в условиях тоталитарного режима; и хотя массовым в стране телевидение становится в 1950 - 1960-х гг., принципы и подходы к его деятельности были те же.

Мифологично даже само слово "телевидение", которое означает "видеть на расстоянии". Телевидение представляется как бы продолжением наших органов зрения. Однако на самом деле то, что мы видим на экране, - это не наше "видение". Но психология телезрителя такова, что он принимает чужой взгляд за свой собственный.

Факты - лишь повод, отправная точка для формирования телевизионного мифа. Люди склонны верить увиденному, поскольку визуальный канал восприятия интуитивно кажется наиболее достоверным. Не случайно русская поговорка гласит: "Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать". Впрочем, еще в 1957 г. известный писатель и сценарист Б. Шульберг и не менее знаменитый кинорежиссер Э. Казан выпустили в США фильм "Лицо в толпе" - фильм-предостережение. В картине обличались рекламный бизнес и нравы американского телевидения, раскрывалась вся машина обработки общественного сознания.

Создатели фильма смотрели в корень, когда провозглашали устами одного из действующих лиц, крупного деятеля из Вашингтона: "Нам нужен популярный символ... своего рода рождественская елка, на которую мы будем вешать наши идеи... Ну а телевидение - величайшее средство убеждения масс" (цит. по [Кукаркин, 1974, с. 266]).

Власть над телевидением становится одной из важнейших политических проблем нашей эпохи. Возьмем, к примеру, телевизионные "Новости". Разве они не превращаются на наших глазах в единственный источник информации всевозрастающего числа граждан? Разве они не становятся своеобразной официальной устной газетой, единственной и обязательной? Обладая силой внушения, притягательной силой множеств доброкачественных передач, можно построить необычайную машину управления человеческими душами, которая никогда не снилась никакому доктору Фаусту [Кукаркин, 1974, с. 268].

С. Кара-Мурза, размышляя о ТВ как величайшем манипуляторе сознанием масс, отталкивается от проблем потребительского рынка. По его мнению, в идеологии либерализма заложено как постулат, что информация - товар, а движение товаров должно быть свободным. Аргументация проста: принципом рынка является свобода потребителя (покупателя товара) заключать или не заключать сделку о купле-продаже; свобода каждого потребителя ТВ гарантируется тем, что он в любой момент может нажать кнопку и перестать "потреблять" данное сообщение. Можно соглашаться или спорить с этими доводами, считает С. Кара-Мурза, но факт остается фактом: спрос диктует предложение. Отсюда все разговоры о "контроле за СМИ", о создании "общественного" (подконтрольного государству) телевидения бессмысленны, так как телепродукция выпускается сегодня в эфир частными корпорациями [Кара-Мурза, 2001].

Потребность зрителя в позитивной информации - это и есть потребность в мифе, потребность в "наркотике". "Магия" телевидения является результатом применения определенных технологий, воздействующих на сознание людей. Препарируя реальность, оно создает некий образ, который зритель принимает за саму реальность. Эта способность телевидения делает его мощнейшим инструментом создания и разрушения политических мифов.

В дотелевизионную эпоху в качестве "фабрики мифов" вне конкуренции был кинематограф. Но технологии конструирования мифологической реальности в кино и на телевидении существенно различаются. Главное различие состоит в том, что кино имеет дело прежде всего с художественной реальностью, вымыслом, в то время как телевидение препарирует реальные факты в оперативном режиме. В кино главное - сюжет и образы, на телевидении - контекст событий, факты и их интерпретация.

Крушение политических мифов XX в., будь то "марксизм", "коммунизм", "сталинизм", "фашизм", ассоциируется в общественном сознании не только с крушением мифа о "золотом веке", но и с идеей "апокалипсиса", "конца истории". А это лишает людей опоры в настоящем и порождает "ужас" перед будущим. В этой связи, как в порочном круге, возникают предпосылки для создания нового мифа.

Виртуальные мифы и реальность новой России

Россия уже два десятилетия находится в процессе революционного реформирования. Реформы при этом осуществляются разные: экономические и политические, радикальные и либеральные, рыночные и антирыночные, "горбачевские", "ельцинские", "путинские" и т.д. Однако при любом определении российских реформ одна особенность их неоспорима: они достаточно быстро меняют характер социальной среды, привычные устои бытия, духовно-психологическую атмосферу общества. Одной из главных составляющих процесса социальной модернизации является "демократизация" общества, обеспечение реализации гражданских прав и свобод.

Обратившись к данным эмпирических исследований Института комплексных социальных исследований РАН за 2003 г., приведу некоторые оценки россиянами процесса демократизации (см. табл. 1). Критический настрой по отношению к российскому варианту демократии, и это хорошо видно из таблицы 1, связан прежде всего с тем, что он не обеспечивает роста жизненного уровня населения и реализацию социально-экономических прав граждан. Что касается проблем социокультурной модернизации, то они напрямую зависят от складывающихся отношений России с Европой и США. Здесь уместен вопрос о том, насколько "европейскими" являются культурные интересы россиян, насколько интенсивны их культурно-информационные связи, как осуществляется культурный диалог России и Западной Европы в восприятии "среднестатистического" россиянина.

Данные социологического опроса показывают, что культурные интересы россиян достаточно разносторонни, но в целом ориентированы на отечественную культуру (см. табл. 2). Из таблицы видно, что в духовной сфере россиян предпочтение отдается аудиовизуальной *медиакультуре* (кино, видео, телесериалы, телепередачи); с ней соперничают эстрада и основные виды традиционной культуры (литература, театр, изобразительное искусство).

Однако социокультурное пространство России, если его рассматривать с точки зрения интеграции с Западом, чрезвычайно неоднородно. Здесь особо выделяются мегаполисы, выступающие в роли "конденсаторов" модернизации, социокультурного зарубежного опыта. В этом плане все областные, окружные, краевые центры, даже некоторые районные города практически не уступают Москве и Санкт-Петербургу по степени "телевизионного", "аудиального" или "компьютерного" знакомства с Европой и США. Но существует большое различие в области международного общения через Интернет: информацию о жизни и культуре Запада получают таким путем свыше 8% жителей мегаполисов, 4,8% - областных центров, около 3% - районных центров, 1,5% - жителей сельской местности [Изменяющаяся... 2004, с. 213]. Впрочем, социокультурная среда российских мегаполисов также неоднородна, и линия культурно-информационного взаимодействия с Европой распределена в ней весьма неравномерно. Дело в том, что "чувствительность" к европейским влияниям в современном российском обществе зависит от социально-демографических различий.

Однако российская идентичность более тесно переплетается с национальным дискурсом, чем, к примеру, в США и Европе, где в условиях глобализации (интеграции) национальная идентичность теряет свое мобилизующее значение. Поэтому "виртуальными" выглядят новые социальные мифы, не адекватные реальной российской действительности.

Миф первый - о *демократическом обществе, о народовластии*. Об отношении к данному явлению свидетельствуют результаты социологических исследований, приведенные в таблице 1, из которой ясно видно, что разновозрастные группы населения с недоверием относятся к моделям демократии в нашей стране. Одной из самых показа-

Таблица 1 Оценки "демократичности" современной России представителями различных социальных групп населения (%)

Группы россиян	Считают ли Россию демократической страной	
	скорее да	скорее нет
Возраст:		
до 21 года	35,2	42,6
22 - 26 лет	29,3	33,1
27 - 30 лет	23,1	55,4
31 - 40 лет	22,0	52,4
41 - 50 лет	15,6	60,9
51 - 60 лет	13,0	63,0
61 год и старше	12,0	55,2
Материальная обеспеченность:		
высокообеспеченные	62,5	12,5
среднеобеспеченные	28,7	45,1
низкообеспеченные	12,4	60,4
живут за чертой бедности	6,6	65,0

Источник: [Изменяющаяся... 2004, с. 74].

Таблица 2 Предпочтения россиян в сфере духовной жизни

Предпочтения	Нравится	Равнодушен	Не нравится
Старое советское кино	85,2	12,7	2,1
Современные российские фильмы	52,5	34,0	13,3
Видео, зарубежные фильмы	35,9	35,4	28,6
Развлекательные, игровые телепередачи	44,4	38,1	17,4
Проблемные телепередачи	49,8	34,6	15,2
Российские телесериалы	47,1	34,6	18,0
Зарубежные телесериалы	22,2	37,9	39,5
Современная музыка	45,2	32,5	22,2
Эстрада	64,4	25,4	9,9
Классическая музыка	43,2	44,3	12,2
Русская классическая литература	54,4	38,6	6,8
Современная русская литература	29,4	58,2	11,9
Научно-популярная, историческая литература, мемуары	44,8	42,9	12,0
Иностранная литература, зарубежная классика	33,9	52,3	13,1
Детективы, фантастика	47,8	35,6	16,4
Театр, изобразительное искусство	48,3	44,4	7,0
Мода, дизайн	36,0	51,7	11,9
Интернет	21,9	64,1	13,4
Самообразование	50,0	41,2	8,3
Философская литература	16,1	53,5	30,0
Религиозная литература	15,9	50,7	32,8

Источник: [Изменяющаяся... 2004, с. 210].

тельных в этом вопросе является процедура выборов в органы исполнительной и законодательной власти - с подкупом, с обманом, с подделками, с односторонней пропагандой и т.д.

Миф второй - *о правовом государстве*. Здесь хотелось бы сослаться на размышления М. Горбачева, хотя данные мысли прозвучали еще в период "перестройки": это миф, поскольку в тексте законов невозможно отразить ни предмет, ни цель правового воздействия, поскольку законы не поддаются взаимному согласованию и нельзя достоверно их прочесть. Это миф, поскольку правовая регламентация жизни требует умножения законодательных актов, а умножение законодательных актов противоречит возможности их свободного прочтения и плодотворного исполнения. Это миф, поскольку попытка отразить жизнь в текстах законодательных записей продиктована кощунственным духовным устремлением к упразднению самой жизни [Горбачев, 1988].

Миф третий - *о нормальной рыночной экономике*. Россия отказалась от планового ведения хозяйства, и в результате "ваучеризации" в стране началась приватизация крупных промышленных предприятий, объектов недропользования и т.д. Сюжеты о рыночной экономике - также в повестке медиакультуры. Этот миф интересно анализирует С. Кара-Мурза: "В языке экономистов постоянно фигурирует понятие "нормальная рыночная экономика". Все признают, что в России ее нет. Объяснения причин, по которым ее нет, различны. Одни ссылаются на тяжелое наследие советской системы, другие - на ошибки и злоупотребления реформаторов. Те же самые экономисты, что употребляют понятие "нормальная рыночная экономика", признают, что это крайне неравновесная система... Пока что неизвестно, по какой причине экономисты почти всех направлений (даже коммунисты) заявляют о желательности для России рыночной экономики. Поэтому реформаторов критикуют не за неверный выбор траектории, а за ошибочный выбор технического варианта и темпа изменений" [Кара-Мурза, 2001, с. 9].

Миф четвертый - *о переходе на "магистральный путь" развития*. Обычно подразумевают, что Россия сошла с этого пути; отсюда все ее беды и трудности. Однако понятие "перехода на магистральный путь развития" носит неоднозначный характер. Так, оно может означать две качественно различные возможности: включение в ядро "глобальной" системы либо в число "аутсайдеров", на пространстве которых ядро организует "дополняющую" экономику. Известно, что разрыв между ядром и периферией при этом не сокращается, а растет, причем прогнозы сокращения населения России, продолжающей "идти по магистральному пути", хорошо известны. Экономисты, продолжающие замалчивать суть выбора, не могут не знать о его последствиях.

Миф пятый - *о российском "среднем классе"*. Средства массовой информации, поднимая вопрос о "среднем классе", больше говорят о приоритетах данной прослойки населения в странах Западной Европы и США (в частности, о материально обеспеченной свободе). Что касается российской действительности, то в понятие "средний класс" здесь входят представители малого бизнеса и интеллигенции, в значительной степени существующей за счет социалистического прошлого, давшего ей все (образование, жилье, связи, нравственные позиции и т.д.). Таким образом, средний класс в России - миф, ибо, до конца не сформировавшись, он маргинализируется и стыдится своего происхождения.

Миф шестой - о том, что *российское общество после падения СССР стало вновь страной "всеобщей" религиозности*. Этот миф начал складываться после того, как в конце 1980-х - начале 1990-х гг. были ликвидированы административные и нравственные притеснения верующих, принято законодательство о свободе совести, что позволило религиозным организациям выйти из подневольного состояния, а верующим свободно исповедовать свою веру. Однако в том, что касается религиозной идентификации населения, то она оставляет открытым вопрос о степени, глубине их религиозности, предполагающей единство убеждений и поведения (см. [Состоялся ли... 2004]).

Суть диалектики эволюции религиозного самосознания в современной России состоит в том, что если даже религия как мировоззрение и мироощущение, как область интимной веры исчерпала ресурсы своего расширения, то возможности ее социального и нравственного воздействия на образ жизни людей, их общественно-политические ориентации и поведение еще весьма значительны. Как отмечают социологи, этому способ-

ствуют многие факторы, в том числе общественная нестабильность, нравственный и социальный кризис, отсутствие понятых и принятых народом светских концепций выхода из него, выступления конфессий в защиту прав и достоинства обездоленных, простых людей, против распространившихся отрицательных явлений - бездуховности, цинизма, коррупции, наркомании и т.д.

От мифотворчества - к медиаобразованию

Социокультурная ситуация современной России дает возможность понять не только новые "виртуальные" мифы, не адекватные действительности, но и вызовы информационной эпохи: "демассификацию" СМИ, триумф телекратии и клипкультуры, метаморфозы массмедиа в условиях "свободы без границ", обусловленные незрелостью демократических институтов и т.д.

Виртуальная реальность порождает иные культурные идентичности и модели субъективности - нестабильные, диффузные. И в чем-то можно согласиться с М. Можейко, по мнению которого "новый субъект порождается и существует только в интерактивной среде, "on line" (цит. по [Постмодернизм... 2001, с. 774]). А это ставит всех нас перед задачей формирования новой идентичности, нового "глобального" мышления гражданского общества.

И в данных условиях важно понять и найти формы использования потенциала медиа-культуры, благодаря которой растет координация международных контактов во всех сферах нашей жизни. Как отметил Президент РФ на Всемирном конгрессе информационных агентств "Информация: вызовы XXI века" в сентябре 2004 г., "когда мы говорили о глобализации, то имели в виду и единое информационное пространство".

В этой связи особенно актуален вопрос о медиаобразовании, роль которого возрастает в эпоху глобализации, когда Россия интегрируется с западноевропейским сообществом. Медиаобразование - существенный фактор модернизации социокультурной сферы, способствующий формированию интеллекта, критического мышления, нравственной культуры личности XXI в., готовой жить и работать в цивилизованном демократическом обществе.

Но это уже другая проблема.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Барт Р. Мифологии. М., 1996.

Герциштейн Р. Э. Война, которую выиграл Гитлер. Смоленск, 1996.

Горбачев М. С. Перестройка и новое мышление для нашей страны и для всего мира. М., 1988.

Изменяющаяся Россия в зеркале социологии. М., 2004.

Кара-Мурза С. Т. Когерентность рассуждений // Доклады методологического семинара ФИ АН. Вып. 4. Россия в условиях информационной глобализации. М., 2001.

Кассирер Э. Опыт о человеке. М., 1998.

Кассирер Э. Политические мифы // Реклама: внушение и манипуляция. М., 2001.

Коваль Т. Б. У развалин Вавилона // Мир России. 1999. N 1.

Кукаркин А. В. По ту сторону расцвета. М., 1974.

Лебон Г. Психология масс. Минск, 2000.

Лосев А. Ф. Диалектика мифа. М., 2001.

Мамардашвили М. Введение в философию // Мой опыт нетипичен. СПб., 2000.

Постмодернизм. Энциклопедия. Минск, 2001.

Почепцов Г. Имиджелогия. М. -Киев, 2001.

Садуль Ж. Всемирная история кино. М., 1957.

Состоялся ли в России религиозный ренессанс? // Изменяющаяся Россия в зеркале социологии. М., 2004.

Цуладзе А. Политическая мифология. М., 2003.

Эйзенштейн С. Почему я стал режиссером // *Эйзенштейн С.* Мемуары. Т. 1. М., 1997.

Юнг К. Г. Диагностируя диктаторов // *Одайник В.* Психология политики. М., 1996.