

Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М.: Академический Проект, 2006.

## МИФ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЛАСТИ

Данная глава не является «привнесенной» в исследовании; ее цель — рассмотреть закономерности социокультурного развития общества в условиях «идеологизированного» массового сознания, что дало возможность в полной мере увидеть XX век. Немаловажную роль в этом процессе (и прямую, и опосредованную) сыграла медиакультура, феномен которой в определенный период свелся к манипулированию массовым сознанием.

При всей обоснованности «теории рационализма» М. Вебера, миф является важнейшей частью нашей жизни, нашего мироощущения. «Миф всегда рядом с нами и лишь прячется во мраке, ожидая своего часа».<sup>1</sup>

Для начала попробуем дать обозначение этого термина, обратившись к словарю социальной философии.

*Миф* (греч. — слово, речь, предание) — язык описания, оказавшийся, благодаря своей исконной символичности, удобным для выражения вечных моделей личного и общественного поведения, неких сущностных законов социального и природного космоса. Миф является базисным феноменом человеческой культуры. Начало современных

---

<sup>1</sup> Кассирер Э. Политические мифы// М., 2001. — С. 384.  
Реклама: внушение и манипуляция. —

интерпретаций мифа восходит к 1725 году к работе Дж. Вико «Основания новой науки об общей природе наций». Эпоха Просвещения, рассматривавшая миф как продукт суеверия и обмана (Б. Фонтенель, Вольтер, Д. Дидро, Ш. Монтескье и др.), явилась шагом назад по сравнению с концепцией Вико. В эпоху немецкого романтизма Ф. Шеллинг развивает теорию мифа, полемически направленную против классического аллегоризма; согласно этой теории, мифологический образ не «означает» нечто, но «есть» это нечто, т. е. он сам является содержательной формой, находящейся в органическом единстве со своим содержанием (символ). Ф. Ницше усмотрел в мифе жизненные условия всякой культуры. Культура может развиваться лишь в очерченном мифом горизонте. Болезнь современности — историческая болезнь, и состоит она, по Ницше, именно в разрушении этого замкнутого горизонта избытком истории, т. е. привыканием к мышлению под знаком все новых и новых ценностных символов.<sup>1</sup>

По Юнгу, значение мифа связано с определенными темами, которые он назвал «архетипами». К. Леви-Стросс считает, что юнговское рассуждение напоминает известное заблуждение философов, занимавшихся языком, и что фрейдовское понимание мифа как сна оказывается более соответствующим.<sup>2</sup> У К. Леви-Стросса миф становится объектом семиотики текста.

Начиная с Р. Барта миф интерпретируется как семиотический феномен повседневной культуры. Именно так он определяет в «Мифологиях» специфику мифа вообще. Миф по Барту — это коммуникативная система, сообщение, один из способов «означивания».

Миф, как полагает Барт, может вызывать отвращение использованием мнимой природы, «роскошью» значащих форм, подобных предметам, в которых полезность

<sup>1</sup> См.: Социальная философия. Словарь/ Под ред. В.Е. Кемерова, Т. Х. Керимова. — М., 2003. — С. 241.

<sup>2</sup> Там же. С. 243.

приукрашена видимостью естественности. Расшифровка связана с его двойственной природой и имеет три различных типа. Первый тип расшифровки, ориентированный на концепт, превращает миф в символ, в котором значение становится буквальным. Второй тип предлагает воспринимать означающее как уже заполненное содержанием и четко различать в мифе смысл и форму, а следовательно, учитывать деформирующее влияние формы на смысл. Значение при этом оказывается разрушенным и начинает восприниматься в качестве обмана. Этот тип восприятия характерен для мифолога. Третий тип предпочтения мифа включает восприятие его означающего в качестве неразрывного единства смысла и формы. Значение в этом случае становится двойственным, и потребитель мифа полностью подпадает под воздействие его механики. Два первых типа восприятия статичны и аналитичны; они разоблачают и разрушают миф. Третий тип восприятия представляет собой потребление мифа в соответствии с теми целями, ради которых он был создан, потребитель мифа переживает его как историю одновременно правдивую и ирреальную. Поскольку первые два типа прочтения угрожают мифу полным разрушением, то третий — являет собой путь компромисса, когда система значимостей принимается за систему фактов. По Барту, это свойство мифа как раз и используется идеологией.<sup>1</sup>

С одной стороны, с помощью мифов, которые М. Мамардашвили назвал «машинами культуры»,<sup>2</sup> мы прорываемся к отдельным «файлам», содержащим информацию о прошлом. С другой стороны, мифы являются эффективным инструментом «конструирования реальности», что активно использовалось в тоталитарных режимах.

По определению А. Цуладзе, «политический миф — это миф, используемый для реализации политических целей: борьбы за власть, легитимизации власти, осуществления

<sup>1</sup> Барт Р. Мифологии. — М., 1996. — С. 246 — 253.

<sup>2</sup> Мамардашвили М. Введение в философию//Мой опыт нетипичен. — СПб, 2000. — С. 45.

политического господства».<sup>1</sup> Используемые в качестве инструмента политической борьбы, мифы оказывают колоссальное влияние на общество. Политическую мифологию можно назвать «прикладной мифологией»,<sup>2</sup> 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. Попытки подменить реальность часто кончались трагически. Но, с другой стороны, без этих попыток не было бы истории. Гюстав 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.

Без этих иллюзий ему не удалось бы выйти из состояния примитивного варварства, и без них он скоро снова впал бы в то же состояние. 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».<sup>3</sup> Иллюзии, о которых пишет Г. Лебон, это и есть политические мифы — истинные «локомотивы» прогресса.

Важнейшая функция политического мифа — легитимизация властных институтов и носителей верховной власти в стране.

Украинский исследователь Г. Почепцов считает, что миф — это универсальная конструкция, которую всегда можно наполнить конкретным содержанием. «Миф предстает перед нами как сценарий разворачивания имиджа, в котором сразу заполняются до этого пустые роли друзей

<sup>1</sup> Цуладзе А. Политическая мифология. — М., 2003. — С. 56.

<sup>3</sup> Лебон Г. Психология масс. — Минск, 2000. — С. 230 — 231.

<sup>2</sup> Там же. С. 57.

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».<sup>1</sup>

Конструкция мифа действительно имеет ряд универсальных черт, что позволяет политтехнологам конструировать искусственные технологические мифы, о которых уже шла речь выше. Однако дело не только в конструкции мифа. Технологический миф по большому счету *псевдомиф*, поскольку не опирается на архетипы. Между тем именно они являются энергетической подпиткой мифа. У каждого народа свои архетипические особенности, т.к. 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 «вечных» мифов особое место занимают мифы национальные. Именно они составляют «душу народа», если следовать терминологии Лебона. Сложившись в период становления нации, национальные мифы сопровождают ее на протяжении всей истории. Национальное самосознание формируется на основе мифов и неотделимо от них. По мнению Г. Почепцова, «все яркие с точки зрения нации события насквозь мифологичны».<sup>2</sup> Точнее было бы сказать, что исторические события становятся значимыми для потомков, когда вписаны в структуру национального мифа. В этом смысле история нации — это миф, созданный ею о самой себе. Исторические события служат лишь строительным материалом для мифа нации.

<sup>1</sup> Почепцов Г. Имиджология. — М. — К., 2001. — С. 105 — 106.

<sup>2</sup> Почепцов Г. Психологические войны. — М. — К., 2000. — С. 216.

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 Г. 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 мифа как политического инструмента был В.И. Ленин. Он как никто другой в большевистском руководстве чувствовал великую преобразующую силу мифов. Ленин доверял своему чутью и отметал рациональные аргументы соратников. Так, Зиновьев и Каменев считали, что большевикам было бы выгоднее сотрудничать с другими социалистическими партиями в коалиционном правительстве. Ведь в случае вооруженного захвата власти за все придется нести ответственность им одним. Но на Ленина эти аргументы не действовали. «Позиция Ленина была утопической, даже апокалиптической: для него большевики воплощали, в некоем мистическом смысле, народ, и если они захватят власть, то она *ipso facto* окажется в руках народа», — пишет А. Цуладзе.<sup>1</sup>

Однако утопическая вера в преобразующую силу социалистической революции не помешала Ленину точно и прагматично рассчитать благоприятный момент для захвата власти.

Миф о «мировой революции», который был мотором Октябрьской революции, рухнул вскоре после ее победы. Существует мнение, что «если бы эта утопия не владела Лениным, он, возможно, не решился бы на столь рискованный эксперимент»<sup>2</sup>. Но его последующие действия

<sup>1</sup> См.: Цуладзе А. Политическая мифология. — С. 140.

<sup>2</sup> Синявский А. Основы советской цивилизации. — М., 2001. — С. 87.

показывают, что пролетарский вождь умел находить оправдание самым резким поворотам в своей политике.

Главный миф, который владел Лениным, состоял в неотвратимости победы социализма над капитализмом, в объективном характере выведенных Марксом законов исторического развития. Ленин выразил это в формуле: «Учение Маркса всеильно, потому что оно верно». Поэтому, когда ожидания мировой революции не оправдались и пришлось заключать позорный Брестский мир, Ленин нашел новые аргументы. «Для мировой революции, — считал он, — наиболее ценным было существование советского правительства. И его, как ничто иное, нельзя подвергать опасности». Из этого следовало, что единственной возможной политикой было получение «передышки» посредством капитуляции перед германскими требованиями. Следовало сохранить то, что может быть сохранено, а международная революция откладывалась на далекое будущее.<sup>1</sup>

Вера в близкий крах мирового капитализма от этого не пострадала, но при этом удалось преодолеть кризис власти.

*Своеобразным политическим мифом и одновременно новой религией стала идея коммунизма, которая формировалась постепенно.*

После революции большевики удержались у власти не только благодаря репрессиям. На штыках они бы долго не усидели, если бы не додумались создать свой религиозный культ. Центральной фигурой этого культа стал Ленин. «Образ Ленина еще при жизни пролетарского вождя стал обретать признаки сверхчеловека — божества с типичными чертами цикличности: мессианская цель — страдание за народ — победа, которая создает новую общность. Был создан квазирелигиозный культ Ленина как Бога Отца. Его преемник Сталин, подобно древнеегипетским фараонам,

---

<sup>1</sup> Соколов Б. Тайны второй мировой. — М., 2001. — С. 422.

по должности унаследовал божественную природу Ленина, согласно формуле: «Сталин — Ленин сегодня».<sup>1</sup>

Большевики не могли опереться на церковь, поскольку сами же ее и преследовали. Однако взорвать церкви не означало покончить с религиозным сознанием, которое складывалось веками. Изворотливость новой власти проявилась в том, что она использовала высвободившуюся религиозную энергию для создания нового культа. Появился знаменитый лозунг: «Могила Ленина — колыбель свободы человечества». «Могила Ленина» стала сакральным фундаментом нового мира, новой эпохи. Мавзолей — местом паломничества новой когорты «верующих».

Коммунизм позаимствовал многие атрибуты религии. «Священные писания» классиков марксизма-ленинизма не могли подвергаться сомнению. Их «учение» было объявлено единственно верным, вершиной человеческой мысли. Революционные теории «классиков» стали догматами новой веры. При 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.

Очередной «великий перелом» произошел в СССР после XX съезда партии. Некоторые исследователи считают, что «закат в СССР социально-футуристической версии наместнической власти начался после XX съезда КПСС, поскольку с разоблачением культа личности Сталина разрушилась ее сакральная формула: «Сталин — Ленин сегодня».<sup>2</sup>

В политическом мифе центральной фигурой является сверхчеловек, носитель верховной власти. Архетип

<sup>1</sup> Андреева Л. Религия и власть в России. — М., 2001. — С. 244.

<sup>2</sup> Там же.



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 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 обличье. Напряжение коллективной надежды воплощается в лидере».<sup>1</sup>

Иными словами, когда все рациональные механизмы политики перестают работать, на арену истории выходит миф. Архаичные формы мышления вступают в законную силу. Психолог Т. Дмитриева пишет: «Реликты былинного мышления все еще прочно владеют умами немалого числа современных россиян. Многие из них ждут, что явится герой-избавитель и мгновенно решит все проблемы, скопившиеся у нас едва ли не с тех самых былинных времен: поднимет хозяйство целого края, удержит от развала какую-то область экономики, спасет страну от грозящих ей бед».<sup>2</sup>

Идея сверхчеловека имеет давнюю историю. Чтобы понять ее «истоки», обратимся к исследованиям жизни первобытных народов.

Дж. Фрэзер различал в примитивных культурах два типа человекобога: религиозный и магический. «В первом случае предполагается, что существо высшего порядка вселяется в человека на более или менее продолжительный срок и проявляет свою сверхъестественную мощь и мудрость путем совершения чудес и изречения пророчеств. К данному типу человекобога подходит название вдохновенного и воплощенного: человеческое тело здесь лишь

<sup>1</sup> Кассирер Э. Политические мифы// Реклама: внушение и манипуляция. — М., 2001. — С. 384 — 385.

<sup>2</sup> Дмитриева Т. Характер русский. — М., 2001. — С. 64.

хрупкий скудельный сосуд, наполненный бессмертным божественным духом».<sup>1</sup>

Что касается магического типа человекобога, то здесь «человекобог-маг есть не более как человек, но человек, обладающий необычайной силой».<sup>2</sup> Он «черпает необычайную силу из некой физической общности с природой.

К. Г. Юнг в своем интервью в 1938 году 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».<sup>3</sup>

Юнг считал, что «религия» Гитлера «наиболее близка к магометанству, реалистичная, земная, обещающая максимум вознаграждений в этой жизни, но с мусульманоподобной Валгаллой, попасть в которую и наслаждаться жизнью в ней имеют возможность достойные немцы».<sup>4</sup> Ученый видел в Гитлере мистическое, магическое начало: «Гитлер шаман, род божественного сосуда, полубожество, более того, миф... Гитлер вас пугает. Вы понимаете, что никогда не будете способны разговаривать с этим человеком, потому что это никто; это не человек, а коллектив. Он не личность; он целая нация».<sup>5</sup>

Таким образом, Гитлер соединил в себе религиозный и магический типы человекобогов. С одной стороны, он служил «сосудом» для неких сверхъестественных сил, которыми был ведом. С другой стороны, отождествляя себя с германской нацией, он обретал над ней огромную, «магическую» власть.

Итак, архаичные формы мышления не только не отступают, а, наоборот, становятся доминирующими в эпоху,

<sup>1</sup> Фрээр Дж. Золотая Ветвь. — М., 1998. — С. 69.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Юнг К. Г. Диагностируя диктаторов//

Одайник В. Психология политики. — М., 1996. — С. 346.

<sup>4</sup> Там же. С. 352.

<sup>5</sup> Там же. С. 354 — 355.

когда «бог умер». Политические лидеры уподобляются магам, человекобогам. Не случайно Э. Кассирер писал, что «политик — священник новой, совершенно иррациональной и загадочной религии».<sup>1</sup> Он имел в виду прежде всего Гитлера, но эта оценка верна и для современных политических лидеров.

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 населения играют важнейшую роль в истории народа.

Сразу оговоримся, что реальное государство (т.е. 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 клише советской пропаганды: советское государство заботилось о пенсионерах, боролось за мир во всем мире, открывало дорогу талантам, защищало рядовых граждан от преступности, карало изменников и предателей, славил героев и т.д. Таким образом, государство было всегда в действии, на страже

---

<sup>1</sup> Кассирер Э. Политические мифы// М., 2001. — С. 386.  
Реклама: внушение и манипуляция. —

интересов своих граждан. Но это не герой-одиночка, а скорее некая сверхъестественная, божественная сила. Сверхъестественная природа советского государства подкреплялась культом Ленина. Мавзолей служил храмом, освящавшим советскую власть.<sup>1</sup>

Государство — это тоже своеобразный миф, являющийся краеугольным камнем *национальной мифологии*. Бюрократическая машина мифом не является. Это именно машина, которая живет по своим собственным законам. Но это не законы мифа.

Мифологией любого типа государства является идеология. Именно она с помощью средств массовых коммуникаций создает необходимые для государства политические мифы, являющиеся политическим инструментом власти, создает систему манипулятивных средств, воздействующих на сознание масс.

Но мифология тоталитарной системы является к тому же агрессивной, так как стремится навязать «свою правду» всему миру. Достаточно вспомнить знаменитую идею Ленина и Троцкого о «мировой революции», на штыках которой коммунистическая пропаганда и образ жизни должны были бы утвердиться в «буржуазных государствах».

Ответом на это, как известно, стало появление других тоталитарных режимов, фашистских — сначала в Италии, затем в Германии.

Интересная, хотя и противоречивая оценка этой ситуации содержится в книге русского философа И. А. Ильина «Гитлер и Сталин. Публицистика 1939 — 1945 годов»,<sup>2</sup> которая посвящена анализу политической ситуации в период Второй мировой войны.

Ильин, по сути, провел параллели в содержании идеологии, военной доктрины и практики двух систем.

<sup>1</sup> См.: Цуладзе А. Политическая мифология. — М., 2003. — С. 113.

<sup>2</sup> Ильин И. А. Гитлер и Сталин. Публицистика 1939 — 1945 годов. — М., 2004.

## МИФ КАК КОММУНИКАТИВНАЯ СИСТЕМА

В обыденном сознании слово «миф» ассоциируется с вымыслом, сказкой. Память услужливо напоминает сюжеты мифов и легенд Древней Греции, библейских сказаний.

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 человек 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». <sup>1</sup> 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, как уже было отмечено, является *медиакультура*, другой — *миф*, в который можно «упаковать» реальность.

---

<sup>1</sup> Кассирер Э. Опыт о человеке. — М., 1998. — С. 471.

То есть миф, как и медиакультура, представляет *коммуникативную систему*. Именно эту функцию выделяет Р. Барт в своей книге «Мифологии»: «Поскольку миф — это слово, то мифом может 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».<sup>1</sup>

Слово-миф способно создать реальность. О диалектике мифа и его предпосылках размышлял А. Ф. 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».<sup>2</sup> 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».<sup>3</sup>

Однако «конструирование человека» есть не что иное, как процесс его социализации, то есть формирование мировоззрения, нравственных ориентаций, целостной «картины мира». Это одна из основных функций медиакультуры в обществе. Таким образом, миф является не просто посредником между человеком и реальностью.

<sup>1</sup> Барт Р. Мифологии. — М., 1996. — С. 233 — 234.

<sup>2</sup> Лосев А. Ф. Диалектика мифа. — М., 2001. — С. 102.

<sup>3</sup> Мамардашвили М. Введение в философию//Мой опыт нетипичен. — СПб, 2000. — С. 47.

Миф — своеобразный механизм управления: он управляет человеком, проникая в его внутренний мир, сферу сознания и подсознания, программирует 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, 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».<sup>1</sup> По мнению М. Мамардашвили, «миф есть рассказ, в котором умещаются любые конкретные события; тогда они понятны и не представляют собой проблемы».<sup>2</sup>

То есть в восприятии мифа срабатывают те структуры сознания, которые позволяют «упорядочить картину мира», адаптируя индивида к условиям жизни, окружающей реальности.

Еще одним ресурсом формирования мифов (особенно политических) 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», т.е. враги, злодеи.

Роль средств массовых коммуникаций в этом процессе трудно переоценить. И прозорливость В. И. Ленина здесь очевидна. В канун Октябрьской революции 1917 года он, как известно, говорил, что ее успех будет обеспечен только тогда, когда в руках большевиков окажутся «почта, телеграф, телефон (средства связи), мосты и банки». А одним

<sup>1</sup> Мамардашвили М. Введение в философию//Мой опыт нетипичен. — СПб, 2000. — С. 40.

<sup>2</sup> Там же.

из первых декретов новой власти был Декрет о печати, подписанный В. И. Лениным и изданный буквально через два дня после переворота.

Среди главных ленинских декретов в культурной сфере был Декрет о национализации кино- и фотопромышленности от 27 августа 1919 года.

«Из всех искусств для нас важнейшим является кино», — знаменитая ленинская фраза определила на несколько десятилетий развитие советского кинематографа. Одновременно была поставлена задача борьбы с религией как врагом новой власти. Менее известна другая ленинская фраза: «Единственное искусство, способное заменить религию, — это театр...»<sup>1</sup>

Таким образом, с помощью медиакультуры в советской России начали создаваться новая идеология и новая политическая мифология, ориентирующаяся на массовое сознание как главную цитадель мифов. Аналогичные процессы шли в системе государственного менеджмента во многих странах, особенно находящихся во власти тоталитарных систем. А основой мифотворчества являлись средства массовой коммуникации.

---

<sup>1</sup> Ленин о культуре. — М., 1985.



## МИФОЛОГИЗАЦИЯ ПРЕССЫ

Средства массовой коммуникации становятся в XX веке своеобразным орудием политической власти, манипулятором общественного мнения, во многом predetermined теми, кто контролирует мир СМИ как самый мощный инструмент оперативного управления массовым сознанием.

Можно согласиться с А. 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, поработая ее».<sup>1</sup> СМИ не в состоянии трансформировать саму реальность, но им по силам изменить представление о ней.

Цель информационного воздействия заключается в изменении поведения объекта воздействия путем трансформации существующей в его сознании «картины мира».<sup>2</sup>

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

---

<sup>1</sup> Цуладзе А. Политическая мифология. — М., 2003. — С. 224.

<sup>2</sup> Там же. С. 227.

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 века наивысшим расцветом мифотворчества прессы был, естественно, советский период. Победа большевиков в октябре 1917 года внесла существенные изменения в систему функционирования российской печати с ее разнопартийностью и многоаспектностью.

Упомянутый нами Декрет о печати гласил:

*«Всякий знает, что буржуазная пресса есть одно из могущественнейших оружий буржуазии. Особенно в критический момент, когда новая власть, власть рабочих и крестьян, только упрочивается, невозможно оставить это оружие в руках врага в то время как оно не менее опасно в такие минуты, чем бомбы и пулеметы. Вот почему и были приняты временные и экстренные меры для пресечения потока грязи и клеветы, в которых охотно потопила бы молодую победу народа желтая и зеленая пресса».*<sup>1</sup>

Декрет о печати требовал закрывать контрреволюционную печать разных оттенков, если она призывает к открытому сопротивлению, неповиновению рабоче-крестьянскому правительству; сеет смуту путем клеветнического извращения фактов; призывает к деяниям явно преступного, уголовно наказуемого характера.

Революционный трибунал печати, учрежденный в феврале 1918 года, довершил разгром буржуазной и эсеро-меньшевицкой прессы и изданий других партий.

В середине 1918 года, когда началась гражданская война, массовая информация в России приобрела резко полярный характер: по одну сторону баррикад оказались издания Советской республики, по другую — белогвардей-

<sup>1</sup> Цит. по кн.: Калужный Д., Ермилова Е. Дело и слово. Будущее России с точки зрения теории эволюции. — М., 2003. — С. 191.

ская пресса. Через печать, через пропаганду шла борьба властных структур, борьба разных идеологий.

С разгромом белогвардейского движения «белая» пресса, разбившись на два лагеря — монархический и либеральный, рассредоточилась за рубежом, в основном в странах Западной Европы. Однако до конца 1980-х годов население России практически ничего о ней не знало. «Лишь с приходом гласности, перестройки, реформ русская эмигрантская пресса стала легально продаваться в России», — пишет А. А. Грабельников.<sup>1</sup>

В России в начале 1920-х годов стала создаваться новая система печати на базе вертикально-партийной структуры управления — от «Правды» (главного печатного органа страны) до районной газеты. В циркулярах ЦК РКП(б) местным властям предлагалось следить не только за содержанием материалов, но и за простотой их изложения: писать короткими фразами, печатать крупным шрифтом, объяснять суть событий, соблюдать ясную верстку полос. Появились рабкоры, селькоры и прочие коры. С одной стороны, реальным фактом истории является то, что газеты по сравнению с дореволюционным периодом дошли до самых глухих мест, с другой — столь же очевидно формирование насквозь идеологической прессы нового тоталитарного режима, религией которого становится *марксизм*. Не случайно в соответствии с ленинским планом «монументальной пропаганды» первым явлением новой эпохи стал памятник К. Марксу, сооруженный в 1918 году в ознаменование 100-летия вождя мирового пролетариата. Так начинает осуществляться мифотворчество на государственном уровне, составной частью которого является пресса.

В 1922 году был создан Главлит — Главное управления по делам литературы и издательств. В его задачи входило «идеологически-политическое наблюдение и регулиро-

---

<sup>1</sup> Грабельников А. А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. — М., 2001.

вание книжного рынка..., изъятие из него и из библиотек вредной литературы, вышедшей как в дореволюционные годы, так и за годы революции».<sup>1</sup> Запрещалось издание и распространение произведений, содержащих агитацию против советской власти, возбуждающих общественное мнение путем сообщения ложных сведений, пропагандирующих националистический и религиозный фанатизм.<sup>2</sup>

К 1940 году в центральном аппарате Главлита работали 174 цензора, по РСФСР — 5 тысяч. Главлит контролировал все произведения печати, радиовещания, фотоснимки, выставки картин, следил за иностранной литературой, печатавшейся в СССР, контролировал изъятие политически вредных публикаций.

В 1930-е годы оформилась вполне разветвленная система печати, охватывавшая практически все население страны. По вертикали она строилась следующим образом: центральные издания — республиканские — краевые — областные — городские — районные — многотиражные (фабрично-заводские, вузовские, газеты МТС и т.д.) — стенные бригадные и цеховые газеты. Вышестоящие издания обязаны были делать обзоры печати нижестоящих, чтобы на основе их анализа вести постоянное улучшение информационной продукции.

В целом в предвоенные годы в СССР издание средств массовой информации достигло невиданных масштабов: в стране выходило около 9000 газет и свыше 1600 журналов, работало 93 радиостанции, а в 1938 году начались первые экспериментальные телетрансляции.<sup>3</sup>

Государственная монополия на СМИ приводит к тотальной мифологизации общественного сознания, фундаментом которой становится идея коммунизма, сакрализация фигур Маркса — Ленина и создание «культы личности» И. В. Сталина. Именно журналисты по аналогии с «марксизмом-ленинизмом» стали употреблять

<sup>1</sup> Там же.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Там же.

термин «сталинизм», изобрели эпитеты «отец народов», «великий Сталин», «величайший гений человечества» и др. А между тем в отечественной прессе 1930-х — 1940-х годов работают многие представители творческой интеллигенции, писатели и публицисты, чье слово оказывается значимым для читателей: А. Толстой, В. Катаев, А. Гайдар, Л. Леонов, И. Эренбург, И. Ильф и Е. Петров, М. Кольцов, А. Фадеев, М. Шолохов и др.

Параллельно с прессой мифологизируется гуманитарная наука. В противовес реальной истории России в 1930-е годы выходит «Краткий курс истории ВКП(б)» как новая модель политической истории, построенная на марксовской теории классовой борьбы, в центре которой «концепция двух вождей революции — В. И. Ленина и И. В. Сталина».

Одновременно идет процесс подавления философии, так как в такой науке культ личности не нуждается. Научным знанием эпохи объявляется «марксистско-ленинская философия», усиливающая и вульгаризирующая теорию классовой борьбы в разделах «исторического материализма». «Идеологической мышеловкой» назовет ее Карл Поппер.<sup>1</sup>

Но процесс мифологизации общества не был бы возможен, если бы на первом плане в идеологической модели большевизма не стояла «сила, воплощающая высшую Правду и способная «тянуть» за собой все общество, всех, кого большевизм полностью не противопоставил себе. Таким центром тяготения в этой модели (по определению А. С. Ахиезера) является так называемая *партия нового типа*, то есть организация *медиационного типа*, главная функция которой заключается в решении медиационной задачи».<sup>2</sup> «Она монологична по своей сути», ибо является «реальным воплощением высшей Правды»,<sup>3</sup> форма «интерпретации массовых культурных процессов»,

<sup>1</sup> Поппер К. Открытое общество и его враги. — М., 1992. — С. 480.

<sup>2</sup> См.: Ахиезер А. С. Россия: критика исторического опыта (социокультурная

динамика России). Т. 1. изд-е 2-е. — Новосибирск, 1997. — С. 375.

<sup>3</sup> Там же.

«способная вписаться в различные пласты расколотого общества».<sup>1</sup>

Таким образом, идеология строящегося социализма, основанная на том, «что народная Правда и есть научная истина и, наоборот, что научная истина и есть Правда»,<sup>2</sup> сработала исторически как миф на уровне архаического сознания, став предметом «утилитарного манипулирования» в средствах массовых коммуникаций.

Н. А. Бердяев, в юности переживший период увлечения марксизмом, подверг резкой критике не только ленинскую аксиому «учение Маркса всесильно, потому что оно верно», но и саму идею абсолютизации марксизма как высшей Правды. Рассматривая марксизм как миф и как утопию, он писал: «...Марксисты напрасно думают, что они могут обойтись без мифа, они проникнуты мифами... Марксизм не есть социальная утопия, возможен опыт реализации марксизма в социальной жизни. Но марксизм — духовная утопия..., претендующая ответить на все запросы человеческой души именно потому, что он претендует победить трагизм человеческой жизни».<sup>3</sup>

Мифологизация средств массовых коммуникаций становится основой политики и других тоталитарных систем XX века: фашистской Италии, гитлеровской Германии, Китая под руководством «великого кормчего Мао» и др.

Почти три десятилетия после окончания второй мировой войны, закончившейся крахом фашизма, историки и социологи замалчивают вопрос об организации пропаганды в «Третьем рейхе». Более того, характерным примером невнимания к роли фашистской пропаганды было оправдание на Нюрнбергском процессе одного из главных помощников доктора Геббельса — Ханса Фрица. В этой связи особо интересна книга американского историка Р. Э. Герцштейна «Война, которую выиграл Гит-

<sup>1</sup> Там же. С. 387.

<sup>2</sup> Там же. С. 388.

<sup>3</sup> См.: Бердяев Н. А. Русская идея. Судьба России. — М., 1997. — С. 526.

<sup>4</sup> Герцштейн Р. Э. Война, которую выиграл Гитлер. — Смоленск, 1996.

лер»,<sup>4</sup> вышедшая в 1980-е годы. Ее автор дает достаточно полную картину формирования и функционирования системы нацистской пропаганды, сумевшей чудовищную, античеловеческую идеологию фашизма сделать «народной», «массовой». И дело не только в незаурядности и одновременно цинизме Геббельса, приспособившего пропаганду к целям и идеям Гитлера. А в том, что он знал психологию толпы, применяя для манипуляции массами и миф о «богоизбранности арийской расы», и национал-социалистическую этику героизма как черту немецкого народа, и жупел «сатанинского еврея». И коммуниста как врага нации. И если советская печать в качестве «идеала» использовала образы Маркса — Ленина, то нацистская — образ короля Фридриха Великого, цитируя при этом не только речи и статьи Гитлера, но и Гете, Сталина.<sup>1</sup> Мифологизированная культура Германии была поставлена на службу низменным целям, более того, она стала основой мощной пропагандистской машины, которая продолжала работать и тогда, когда Германия лежала в руинах. Ее эффективность объяснялась тем, что Геббельс считал, что «пропаганда военного времени должна убеждать как можно большую часть населения в том, что любая политика, проводимая руководством страны, правильна и осуществляется в интересах всей нации. Народ должен был верить вождям, даже когда правительство не могло открыть ему истинных мотивов и целей. Если пропаганда достигала этой цели, значит, ее главная задача была выполнена... Это давало огромное преимущество над медлительными парламентскими режимами, вынужденными считаться с настроениями масс и действовать осторожно, с оглядкой».<sup>2</sup>

Механизмы и приемы мифологизации средств массовых коммуникаций и в СССР, и в Германии были одни. Вкратце их можно обозначить так:

---

<sup>1</sup> См.: там же. С. 6 — 7.

<sup>2</sup> Там же. С. 455.

- 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».

Все это есть не что иное, как технология «промывки мозгов», по меткому определению Р. Д. Лифтона, автора одноименной книги.<sup>1</sup> И хотя психология тоталитаризма дана в ней через исследование китайского опыта, методы и принципы воздействия на массовое сознание во всех тоталитарных режимах одни. Достоинством книги является и то, что это интересный анализ некоторых аспектов идеологии и идентичности, помогающих понять специфику мифологизации. Этот процесс можно представить и как проект «*исправления мышления*» — основу тоталитарной политики, где роль медиакультуры является первостепенной.

---

<sup>1</sup> Лифтон Р. Д. Технология «промывки мозгов». — М. — СПб., 2004.



## МИФОТВОРЧЕСТВО В КИНО

В первой половине XX века тоталитарные государства эффективно использовали кинематограф для создания политических мифов, хотя у истоков мифотворчества был Голливуд, почти с самого начала своей деятельности ставший... «фабрикой грез».

Эстетические приемы (стандарты) киномифов были отработаны в американской «системе экранных жанров», самыми популярными из которых были: вестерн, исторический фильм, 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. Первой Золушкой американского экрана стала знаменитая Мэри Пикфорд, сыгравшая более сотни ролей в этом амплуа.

Быстрое развитие американского кинематографа в начале XX века связано с тем, что он был организован по капиталистическому образцу в соответствии с задачами социальной модернизации эпохи. Создание Эдисоном кинотреста в 1909 году, последующее объединение крупных кинофирм в Голливуде в 1912 году — свидетельствовали о том, что кинематограф в США стал промышленностью, то есть «фабрикой грез».

«Мифы» — жанры американского кино — уводили зрителей в мир иллюзий, являясь своеобразным наркотиком, формой бегства от реальности. Этому немало способствовала экзотическая природа Калифорнии: здесь, под неутомимым солнцем, среди гор, каньонов, лесов и пустынь, прерий и пляжей снимались картины всех жанров, создавая особое «лицо» голливудской продукции.

Успеху американских киномифов способствовала знаменитая «система звезд». Если героиней мелодрамы была Мэри Пикфорд, то популяризации «комической» способствовали режиссер Мак Сеннет — «отец» комедии и прославленные американские комики, дебютировавшие под его руководством, — Бастер Китон, Гарольд Ллойд и гениальный Чарльз Чаплин. «Звездой» приключенческого фильма был Дуглас Фербенкс, воплотивший на экране миф о супермене («Багдадский вор», «Знак Зорро», «Робин Гуд» и т. п.).

В связи с мифотворчеством раннего американского кино нельзя не назвать такого режиссера, как Дэвид Уорк Гриффит, пришедшего в кинематограф из журналистики. В 1914 году он потряс США своим полнометражным фильмом «Рождение нации», поставленным по книге священника Диксона. Это был первый в истории кино «концептуальный» фильм, хотя реакционность его идеологии очевидна. Этот откровенно расистский фильм, унижающий негритянское население и прославляющий историю создания организации Ку-клукс-клан, вызвал восторженный прием у миллионов американских зрителей, доказав социальную значимость мифа.

В 1916 году Гриффит осуществляет гигантскую постановку — фильм «Нетерпимость», состоящий из четырех параллельно развивающихся сюжетных линий, относящихся к разным историческим периодам: борьба вавилонского царя Валтасара со жрецами, распятие Иисуса Христа, Варфоломеевская ночь во Франции XVI века (уничтожение католиками протестантов) и несправедливое осуждение судом невинного человека в совре-

менной Америке. Фильм стал своеобразной метафорой почти вселенского Зла (социальных, религиозных и национальных предрассудков, губительных во все времена), победить которое способно только высшее проявление человечности — доброта, взаимопонимание, терпимость. Фильм оказался сложным для восприятия зрителей, хотя его актуальность очевидна. Война в Европе, рост американского милитаризма, размышления над судьбами человечества — заставили Гриффита задуматься над ролью художника в обществе.

«Нетерпимость» стала одной из лучших картин мирового кино не только благодаря философской концепции, введенной в художественную структуру, но и технике съемки (картина снималась несколькими аппаратами, в том числе и с воздуха, с воздушного шара). Язык кино благодаря Гриффиту обогатился осмысленным монтажом (в особенности «параллельным», когда действие разворачивается одновременно в разных местах и эпохах), умелым использованием крупных планов, деталей, ракурса — всего того, что обогатило палитру жанров американского кино. Режиссура Гриффита оказала воздействие и на формирование творчества С. М. Эйзенштейна — одного из основателей советского кино.

В 1914 — 1917 годах «великий немой» приобрел всемирное общественное признание, вошел в жизнь сотен миллионов людей и даже был признан «седьмым искусством». Фильмы снимаются не только в США и Франции, но и в Германии, Дании, Англии, Швеции и России.

Русская национальная кинематография в первые годы мировой войны развивается особенно интенсивно. В 1914 году на экраны выходит свыше 400 фильмов, в 1916-м — около 600. Это связано с тем, что Россия оторвана фронтами от своих основных кинопоставщиков — фирм «Гомон» и «Патэ».

Кстати, русская киношкола с ее психологизмом, заметным влиянием традиций литературы противостоит мифологизации экрана. Этому в немалой степени способствуют

талантливые режиссеры Я. Протазанов, В. Гардин, Е. Бауэр, первый русский мультипликатор В. Старевич, лучшими картинками которых были экранизации. В классику мирового кино вошли фильмы Я. Протазанова «Пиковая дама» (по повести А. С. Пушкина), «Николай Ставрогин» (по «Бесам» Ф. М. Достоевского), «Отец Сергей» (по повести Л. Н. Толстого) с участием великого русского актера Ивана Мозжухина, а также объемная мультипликация В. Старевича («Стрекоза и муравей», «Смерть кинооператора» и др.).

В США к концу второй мировой войны на первый план выходят социальные комедии (трагикомедии) Чарльза Чаплина, разрушающие эстетику голливудской продукции с ее установкой на мифологизацию действительности. Чаплин же в своей «Собачьей жизни», «Спокойной улице», чуть позже в комедии «Малыш» (первой полнометражной ленте) высмеивает американское благополучие, социальную фальшь и благочестие. А в комедии «На плечо!» объектом сатиры становится бессмысленная жестокость первой мировой войны.

Образ трогательного «маленького» человека-бродяги Чарли в куцем пиджачке, огромных башмаках и спадающих брюках, но в котелке и с тросточкой, бредущего по дорогам Америки в поисках добра и справедливости, стал своеобразным символом протеста против зла, бесчеловечности и мифологизации действительности. Маленький человек, рожденный гением Чаплина, смешной и наивный как ребенок, с печальными глазами мудреца, популярный у зрителей всего мира, явил собой пример синтеза «высокого» искусства и «массовой культуры», феномен которого еще до конца не исследован.

Особое значение в экранном мифотворчестве занимают кинематографии СССР и Германии в эпоху 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, узаконениям, обычаям и устоям российского общества. Кинопредприниматели стали в тупик перед новыми требованиями к фильмам. В отличие от буржуазных правительств, не уделявших кинематографу сколько-нибудь серьезного внимания, советская власть в первые же недели своего существования учредила кинокомитеты, стремившиеся убрать с экранов все, что могло сочувственно показывать царизм, помещичий и буржуазный строй, религию, частную собственность, отобрать нейтральные, а по возможности критические и научно-познавательные фильмы, могущие служить просвещению широких народных масс. Ленин, еще в 1907 году говоривший о просветительской силе кинематографа и мечтавший о руководстве деятелей социалистической культуры, направил в кинематограф А. В. Луначарского, Н. К. Крупскую и других своих соратников, напутствуя их соответствующими указаниями. В беседе с Луначарским (народным комиссаром просвещения) Ленин бросил фразу, которая, при небольшом редактировании, сделалась как бы главным лозунгом, знаменем советского кино: «...Из всех наших искусств важнейшим является кино!»<sup>1</sup> Особенно Ленин ценил хронику, ее политическую актуальность; стремился вести производственную пропаганду научно-популярными фильмами; признавал он и значение игровых картин «без пошлости и контрреволюции». В 1919 году Ленин подписал декрет о национализации кино- и фотопромышленности, однако решающего значения этот декрет не приобрел, — частные фирмы продолжали существовать и были узаконены в годы новой экономической политики. Значительнее было учреждение в том же 1919 году государственной киношколы, выросшей в первый в мире кинематографический вуз — ВГИК, ставший колыбелью многих поколений

---

<sup>1</sup> См.: Самое важное из искусств. Ленин о кино. Сб. статей. — М., 1973.

режиссеров, сценаристов, актеров, операторов и других мастеров киноискусства.

Несмотря на многочисленные трудности, советская власть старалась уделить кинематографу повышенное внимание.

Хрестоматийными стали мысли В. И. Ленина, который увидел в молодом искусстве не изведенные еще возможности для воплощения революционной тематики и формирования нового общественного сознания.

А. В. Луначарский засвидетельствовал ясное понимание В. И. Лениным функций кинематографа, который определил три основных направления в работе кинематографии, три основные области киноискусства, иначе говоря, по искусствоведческой терминологии, три основных вида киноискусства.

«Первая, — пишет Луначарский со слов Ленина, — широкоосведомительная хроника, которая подбиралась бы соответствующим образом, т.е. была бы образной публицистикой, в духе той линии, которую ведут наши лучшие советские газеты. Кино, по мнению Владимира Ильича, должно, кроме того, приобрести характер опять-таки образных публичных лекций по различным вопросам науки и техники. Наконец, не менее, а пожалуй и более, важной считал Владимир Ильич художественную пропаганду наших идей в форме увлекательных картин, дающих куски жизни и проникнутых нашими идеями...»<sup>1</sup>

Одним из пионеров советского кино, его первым теоретиком и педагогом был Л. В. Кулешов, который верил в неограниченные возможности нового искусства в эпоху социальной модернизации. Будучи, по сути, ровесником века, Кулешов считался «опытным» кинематографистом, так как еще в 1916-м начал работу в кино у режиссера Е. Бауэра.

В 1919 году в Первой госкиношколе он собрал вокруг себя молодых учеников и воспитал из них киноактеров и режиссеров. Он был убежден, что театральная манера

---

<sup>1</sup> Там же. С. 166.

игры на экране выглядит фальшиво, что киноактер должен выработать максимальную выразительность своего тела, чтобы поза, жест, движение говорили не хуже слов. Он верил во всеильность монтажа, в возможность составлять из съемок глаз, рук, ног разных людей — новых кинематографических героев, а из отрывков действий, происходящих в разных местах, — новые кинематографические события. Он открыл главное свойство монтажа — порождать особую действительность, новую, особую жизнь. Монтажом он достиг явления, получившего впоследствии название «эффект Кулешова»: брал один и тот же крупный план лица актера Мозжухина и склеивал (монтировал) с изображениями гроба, мыши, тарелки супа. Зрителям казалось, что лицо актера выражает горе, испуг, голод. Этот парадоксальный «эффект» ярко и просто выявляет действительную возможность при помощи монтажа создавать различные, необходимые художнику настроения, состояния, действия и даже события.

Впоследствии С. М. Эйзенштейн скажет: «Мы снимаем фильмы, Кулешов сделал кинематографию». Вместе со своими учениками, в будущем знаменитыми кинематографистами — В. Пудовкиным, Б. Барнетом, А. Хохловой, С. Комаровым, В. Фогелем, Л. Оболенским и др. — Кулешов создал эксцентрическую комедию «Необычайные приключения мистера Веста в стране большевиков» (1923), пародирующую мифы (стереотипы) американского кино и высмеивающую нравы России периода НЭПа, а также приключенческий фильм «Луч смерти» (1924) о борьбе с диверсантами, посланными в Советский Союз капиталистическими державами, и свой лучший фильм «По закону» (1925) по мотивам рассказа Д. Лондона — о трагической бесчеловечности буржуазного правосудия. Фильмы, хотя и подверглись критике, имели экспериментальное значение и зрительский успех.

Среди кинодокументалистов новой революционной эпохи особо выделяется Д. Вертов (подлинное имя — Д. А. Кауфман), один из лидеров «киноавангарда».

Он начал с хроники, с подборки и монтажа съемок фронтовых кинооператоров, а с 1923 года стал регулярно выпускать киножурнал «Киноправда». В нем, а также в полнометражных документальных кинопоэмах «Человек с киноаппаратом», «Шагай, Совет!», «Шестая часть мира» и других 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. Предвидел Вертов и творческое сочетание киноизображения с радиозвуком.

Свои убеждения Вертов излагал в форме манифестов, страстных и поэтичных деклараций. В них он воспевал необычайные возможности киноаппарата: «Я — киноглаз, — писал он, — я создаю человека более совершенного, чем созданный Адамом, я создаю разных людей по разным чертежам и схемам. Я — киноглаз. Я у одного беру руки, самые сильные и самые ловкие, у другого беру ноги, самые стройные и самые быстрые, а у третьего — голову, самую красивую и самую выразительную, и монтажом создаю совершенно нового человека».<sup>1</sup>

Вокруг Вертова организовалась тесная группа учеников и единомышленников, называющих себя «киноками» (от слова «кинооко»). Из них выросли крупные советские кинодокументалисты: И. Копалин, М. Кауфман, Е. Свилова и другие.

Пытаясь создать на экране «мир без маски», «мир без игры», Вертов абсолютизировал документалистику, отрицая другие средства массовой коммуникации. Принижал он и роль игрового (художественного) фильма, считая, что построены они на лжи, вымысле и потому вредны.

Однако, находясь на «службе у революции», выполняя соцзаказ новой власти, Вертов, как это ни парадоксально, постепенно пришел в конечном итоге к мифологизации

---

<sup>1</sup> Дзига Вертов в воспоминаниях современников. — М., 1976. — С. 21.



социалистической действительности и ее вождей. Свидетельством этого процесса стали «Ленинская киноправда» (1925), «Энтузиазм» («Симфония Донбасса» — 1928), «Три песни о Ленине» (1934) и «Колыбельная» (1936).

Тем не менее вклад Дзиги Вертова в развитие медиакультуры неоспорим, так как, конструируя новую социалистическую действительность средствами документального кино, он «конструировал» новое мышление, новое сознание зрителей.

У Вертова было немного прямых последователей, но хроникально-документальные кадры скоро стали ценным материалом для создания фильмов нового жанра. Монтажер Эсфирь Шуб на основе фильмотечных материалов, разысканных среди дореволюционной и революционной хроники, создала первые *монтажные фильмы*: «Россия Николая II и Лев Толстой», «Падение династии Романовых», «Великий путь», «Сегодня» (совместно с Б. Цейтлиным) и др. Это было одновременно и «искусство», и «история», воссозданная на основе подлинных кинодокументов, снятых в разное время сотней операторов. Работы Эсфири Шуб наметили пути создания фильмов нового типа, которые ставили себе задачей «показать историю врасплох».<sup>1</sup> К числу таких фильмов историк кино Ж. Садуль относит советский фильм «День войны», английский «Победа в пустыни», американскую серию «Почему мы воюем», англо-американский фильм «Подлинная слава» и др.<sup>2</sup>

Однако самым великим фильмом «всех времен и народов» считается «Броненосец «Потемкин» С. Эйзенштейна (1925) — режиссера, художника, теоретика, педагога, классика мирового кино. Человек энциклопедически образованный, увлеченный идеями преобразования мира, пройдя фронт гражданской войны, он становится режиссером и художником молодого театра «Пролеткульт». В поисках

<sup>1</sup> Садуль Ж. История киноискусства. — М., 1957. — С. 173.

<sup>2</sup> Там же.

нового языка искусства, способного выразить революционный смысл и пафос эпохи, — пытается объединить театр и цирк, эстраду и плакат, пока не приходит в 1924 году в кино, считая его самым уникальным, синтетическим видом культуры. Вслед за Гриффитом, творчеству которого он посвятил не одну статью, Эйзенштейн верит в силу монтажа как метода подачи идеи.

Его собственная теория кино, которую Эйзенштейн называет «монтаж аттракционов», находит отражение уже в фильме «Стачка» (1925). Это была во многом экспериментальная работа, вызвавшая неоднозначную реакцию критики, хотя она и привлекла к себе внимание.

Новаторским здесь было то, что впервые *главным героем картины стали массы рабочих*. Наконец, здесь Эйзенштейн, как Вертов и Кулешов, ищет возможности создания кинометафоры средствами монтажа: сталкивая крупные планы полицейских шпииков с крупными планами животных — обезьяны, бульдога, совы, он сатирически высмеивал врагов рабочего класса. Монтируя кадры разгона демонстрации казаками с кадрами убоя быка, он пытался метафорически выразить понятие «бойня». Не все опыты удались одинаково хорошо, но все же «Стачка» явилась первым *революционным фильмом о массовых действиях пролетариата*. В воззрениях Эйзенштейна было немало крайностей, но его острые, смелые и глубокие мысли легли не только в основу теории киноискусства, но и обогатили язык медиакультуры.

Вот как писал о фильме «Стачка» сразу после его выхода на экран историк, социолог, теоретик кино Н. А. Лебедев:

«Это первая картина, идеология которой не возбуждает споров, целеустремленность которой не вызывает сомнений, образы которой убедительны.

Это картина, в которой впервые дан новый метод показа мира через коллектив, а не героя через массы. Метод, при помощи которого может быть создан эпос грандиозных социальных движений. Этот метод должен быть освоен всеми

пролетарскими искусствами и самым могущественным из них — кино. «Стачка» — первая интернациональная картина. Не в смысле пацифистского «интернационализма» фильма «Нетерпимость» Гриффита, но в смысле пролетарской солидарности рабочего класса. Это не конкретная забастовка такого-то завода в таком-то году. Это стачка вообще. Это образ стачки. И даже национально-русское в ней лишь фон, не выпирающий бытом, а подчеркивающий интернационально-классовое».<sup>1</sup>

«Стачка», несмотря на «невразумительность сюжета» (определение Ж. Садуля), привлекла к себе большое внимание, и Эйзенштейн получает новый «соцзаказ» на создание фильма к двадцатилетию первой русской революции. В СССР начинается процесс мифологизации истории, в который включается и молодой режиссер.

Предложенный сценарий Н. Агаджановой-Шутко, четкий и ясный в своей хронологической последовательности, назывался «1905 год». Эйзенштейн берет из него только один эпизод — восстание моряков на броненосце «Князь Потемкин-Таврический». Так родился один из шедевров отечественной и мировой киноклассики.

Стремясь к максимальной «документальной» правдивости, С. Эйзенштейн вместе с оператором Э. Тиссе и ассистентами Г. Александровым и М. Штраухом проводили съемки в подлинных местах революционных событий — в Одессе, на военных кораблях. Снимался он при участии нескольких актеров театра «Пролеткульт», населения города и моряков Черноморского флота.

Французский историк Ж. Садуль назвал «Броненосец «Потемкин» инсценированной хроникой, в которой Эйзенштейн отталкивается от «монтажа аттракционов».<sup>2</sup>

И опять, как в «Стачке», постановщик отказывается от традиционного киногероя, делая героем фильма «массы». В тесной связи друг с другом в картине выступают

<sup>1</sup> Лебедев Н. А. Внимание: кинематограф! Статьи, исследования, выступления. — М., 1974. — С. 61.

<sup>2</sup> Садуль Ж. История киноискусства. — М., 1957. — С. 174.

образы-символы: Броненосец и Город. Фильм снимался как историческая хроника, а композиционно строился и воздействовал как драма. Драма возникла из столкновения образов-символов (в первых частях фильма) и их последующего объединения.

Вот как описывает свои ощущения от фильма «Броненосец «Потемкин» Ж. Садуль:

«...Кульминационный момент «Потемкина» — знаменитый расстрел на лестнице. Достоинства этой сцены определялись в основном строгим и драматическим монтажом превосходно скомпонованных и снятых кадров, что было выполнено Эдуардом Тиссе, одним из самых крупных операторов нашего времени. Этот кусок фильма, вошедший в антологию кино, представляет собой прекрасный образец эйзенштейновского стиля, сочетавшего в себе литературные и театральные теории «левого» искусства, а также теории Дзиги Вертова и Льва Кулешова, творчески претворенные гением Эйзенштейна. Толпа индивидуализирована при помощи крупных планов: лиц, поз, деталей костюма, отобранных с исключительным пониманием характеров действующих лиц. «Киноглаз» научил «захватывать врасплох»; натурщики выразительно чередуются с вещами: сапоги, лестница, решетка, пенсне, каменные львы. Но особую силу приобретает эпизод благодаря применению душераздирающих аттракционов: мать с трупиком своего ребенка на руках; детская коляска, которая сама катится вниз по лестнице; выбитый окровавленный глаз за разбитым стеклышком очков в железной оправе. Надуманность теории, ее бесчеловечность здесь забывались; мы чувствовали огромный народный революционный порыв и глубокую искренность Эйзенштейна, его неукротимость, его нежность, его человеческую теплоту и его гнев.

За пределами СССР цензура всюду запретила «Броненосец»; зрители собирались тайком, чтобы смотреть его. Репрессии только удесятерили взрывчатую силу шедевра; фильмотеки различных стран тщательно хра-

нили его. Фильм сразу стал самым знаменитым из всех, за исключением разве только фильмов Чаплина. Геббельс несколько лет спустя воздал ему невольно высшую похвалу, когда приказал германскому кино дать ему нового «Потемкина».<sup>1</sup>

В анализе Ж. 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.

То, что написал крупнейший историк кино XX века, является традиционным, классическим взглядом на фильм «Броненосец «Потемкин». Но, когда мы говорим о мифологизации как явлении медиакультуры, хочется рассмотреть и другие веские аргументы. К ним, в первую очередь, относятся мысли самого С. Эйзенштейна, синтезировавшего в своем творчестве искусство и идеологию, факт и миф.

«...Но наше кино оригинально отнюдь не только формой, приемом или методом, — пишет Эйзенштейн. — Форма, прием и метод — не более как результат основной особенности нашего кино. Наше кино — не умиротворяющее средство, а боевое действие. Наше кино прежде всего — оружие, когда дело идет о столкновении с враждебной идеологией, и прежде всего — орудие, когда оно призвано к основной своей деятельности — воздействовать и пересоздавать.

Здесь искусство поднимается до самосознания себя как одного из видов насилия, страшного орудия силы, когда оно использовано «во зло», и сокрушающего оружия, пролагающего пути победоносной идее.

Годы нашей жизни — годы неустанной борьбы. И годы подобной титанической борьбы не могли не вызвать к жизни и разновидности подобного агрессивного искусства

---

<sup>1</sup> Садуль Ж. История киноискусства. — М., 1957. — С. 175.

и своеобразной «оперативной эстетики» искусствовопонимания...<sup>1</sup>

Эйзенштейн не скрывает, что его искусство «агрессивно» по своей природе, деятельно, что его цель — борьба, революционное воздействие и пересоздание мира.

Силу своего творчества (и это свойство всей современной медиакультуры) режиссер видит в близком к садизму «патетическом взрыве», о чем размышляет в «Мемуарах» спустя годы после выхода на экран «Потемкина».

«...О «Потемкине», не кичась, можно сказать, что видели его многие миллионы зрителей. Самых разнообразных национальностей, рас, частей Земного шара.

У многих, вероятно, перехватывало горло в сцене траура над трупом Вакулинчука. Но, вероятно, никто из этих миллионов не усмотрел и не запомнил крошечного монтажного куса в несколько клеток в этой самой сцене. Собственно, не в ней, а в той сцене, когда траур сменяется гневом и народная ярость прорывается гневным митингом протеста вокруг палатки.

«Взрыв» в искусстве, особенно «патетический» взрыв чувств, строится совершенно по такой же формуле, как взрыв в области взрывчатых веществ. Когда-то я изучал это в школе прапорщиков инженерных войск по классу «минное дело». Как там, так и здесь сперва усиленно нагнетается напряжение...»<sup>2</sup>

От агрессии и насилия через патетику Эйзенштейн ведет зрителя к пафосу идей революционного переустройства мира, символом которого в фильме является красный флаг броненосца «Потемкин» (самый мощный эстетический и идеологический эффект фильма). До такого мощного «взрыва» воздействия Эйзенштейну в последующие годы дойти не удалось.

Фильм «Октябрь», снятый в 1927 году к десятилетию революции, не стал открытием в сфере киноязыка. Он

<sup>1</sup> Эйзенштейн С. Почему я стал режиссером//Мемуары. — Т. 1. — М., 1997. — С. 13.

<sup>2</sup> Там же. С. 80.

интересен сегодня только с точки зрения мифологизации истории.

В фильме «Октябрь», многие кадры которого войдут впоследствии в научно-популярные и учебные ленты по курсу «История КПСС» и будут восприниматься как реальный факт Октябрьской революции, соединяются «игровые» и «хроникальные» элементы. Здесь впервые был дан образ В. И. Ленина, воссозданы важнейшие события революции: речь Ленина с броневика, июльский расстрел, борьба с корниловщиной, штурм Зимнего, II съезд Советов. Подлинные события Октябрьской революции Эйзенштейном героизированы, им создан романтический миф о закономерности и справедливости революции.

Работая над «Октябрем», Эйзенштейн пришел к мысли, что кино может создавать и использовать не только художественные образы, но и научные понятия, что оно может стать «интеллектуальным». Мечтая и об экранизации политических лозунгов и философских категорий, он задумывался над возможностью поставить фильм по «Капиталу» Карла Маркса. И хотя этот дерзкий замысел остался неосуществленным, мысли об «интеллектуальном кино» значительно расширили горизонты кинематографа, выводя его на лидирующее место в структуре медиакультуры XX века.

Для того чтобы миф, вымысел действовали как факт, документ эпохи, Эйзенштейн в первое десятилетие своего творчества отказывается от профессиональной актерской игры (с ее психологизмом, национальными стереотипами), предпочитая подбирать исполнителей непрофессиональных, которых он называл «типажами» (так, к примеру, исполнителем роли В. И. Ленина в «Октябре» стал питерский рабочий В. Никандров).

По аналогичному принципу Эйзенштейн снимал «Старое и новое» (1929) — о процессе коллективизации советской деревни с участием реальных «героев» эпохи — и потерпел фиаско из-за несовпадения мифотворческих элементов с событийными, хотя и в этой картине есть запоминающиеся кадры и «монтаж аттракционов». Не удалась

Эйзенштейну и идея создания фильма о мексиканской революции на латиноамериканском континенте, где они оказались вместе с Г. Александровым и Э. Тиссе после того, как были приглашены в Голливуд. Фильм «Да здравствует Мексика!», собранный в 1979 году по частям и кадрам Г. Александровым, поражает тем не менее не столько экзотикой, сколько техникой съемки, методом подхода к живому, «натуралистическому» материалу и удивительной красотой человеческих лиц, одухотворенных пафосом революции. Не реализованной осталась и идея фильма «Бежин луг» — о классовой борьбе в деревне.

Два последних фильма Эйзенштейна — «Александр Невский» (1938) и «Иван Грозный» (1945 — 1947) — являются во многом антиподами, несмотря на то, что главные роли в них исполняет один и тот же актер Н. Черкасов, а отделяет их друг от друга несколько лет. Причина в том, что первый фильм в полной мере соответствует жанровым признакам мифа (легенды, былины), выполняющего патриотическую миссию времени: «Кто с мечом к нам придет — от меча и погибнет». «Александр Невский» прекрасно вписался в когорту лучших советских фильмов историко-биографического жанра эпохи социалистического реализма, таких как «Петр I» и «Кутузов» В. Петрова, «Минин и Пожарский», «Суворов» и «Адмирал Нахимов» В. Пудовкина, «Адмирал Ушаков» М. Ромма и др.

Иной подход к концепции о роли личности в истории — в фильме «Иван Грозный», в котором Эйзенштейн полностью отказывается от идеализации и мифологизации истории, не соглашаясь в этом вопросе с И. В. Сталиным. Более того, в отечественном киноискусстве «Иван Грозный» стал первым фильмом, выступившим против культа личности и деспотии власти, и потому остался незавершенным. Две серии фильма «Иван Грозный» представляют собой философски сложное полифоническое произведение, текст которого синтезирует слово, живопись (здесь соединяются черно-белые кадры с цветными), музыку (композитор С. Прокофьев, он же работал с Эйзенштейном в «Александре Невском»), создавая непов-



торимый звукозрительный образ. А психологическая глубина актерской игры (Н. Черкасова, С. Бирман, П. Кадочникова, М. Жарова, М. Кузнецова и др.), создающая особую атмосферу фильма, дает возможность говорить о близости эстетики фильма и к лучшим образцам театрального искусства (хотя, как известно, Эйзенштейн долгие годы стремился уйти от театральщины).

И хотя сказанное не имеет прямого отношения к теме исследования, хочется отметить, что «Броненосец «Потемкин» и «Иван Грозный» отделены друг от друга не только временной пропастью в двадцать лет, но и идейно-эстетической. В них нет того, что называется «сквозной темой», разве что философский подход к материалу. Сам Эйзенштейн, предвидя подобные вопросы, писал:

«...Что может быть более разительно несхожего, чем темы и разработка подобных двух сочинений, по времени отстоящих друг от друга на двадцать лет? Коллектив и масса — там. Единодержавный индивид — здесь. Подобие хора, сливающееся в коллективный образ, — там. Резко очерченный характер — здесь. Отчаянная борьба с царизмом — там. Первичное установление царской власти — здесь. Если здесь, на этих двух крайностях, темы кажутся разбежавшимися во взаимно исключающие друг друга противоположности, то, что между ними, на первый взгляд кажется просто невообразимым хаосом совершенно случайно разбросанной тематики.

О «теме автора», да еще «единой» или «сквозной», казалось бы, смешно и думать, наивно говорить...»<sup>1</sup>

И тем не менее Эйзенштейн считал, что конечная идея всех его фильмов одна — это тема достижения единства: национально-патриотического («Александр Невский»), государственного («Иван Грозный»), коллективно-массового («Броненосец «Потемкин»), социалистически-хозяйственного («Старое и новое»)<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Эйзенштейн С. М. Автор и его тема// Мемуары. Т. 2. — М., 1997. — С. 293.

<sup>2</sup> Там же. С. 295.

Мифологизации реальности не избежали и такие классики отечественного кино, как В. Пудовкин («Мать» по повести М. Горького, «Конец Санкт-Петербурга», «Потомок Чингисхана») и А. Довженко («Арсенал», «Звенигора», «Земля»), хотя их творческий метод иной, чем у С. Эйзенштейна.

Пудовкин тяготеет к психологическому кинематографу; в отличие от Эйзенштейна его в революции интересует не движение масс, а конкретная личность, конкретная человеческая судьба. Вот почему в его фильмах на первый план выходит актер, актерское перевоплощение, актерское мастерство. Более того, в период 1920-х годов, когда многие кинематографисты (Кулешов, Вертов, Эйзенштейн) объявляют войну театру, Пудовкин приглашает на главные роли в фильме «Мать» мхатовских актеров В. Барановскую (Ниловна) и Н. Баталова (Павел Власов). А в период массового увлечения «неактерским» кинематографом пишет свою знаменитую работу «Система Станиславского в кино».

Поэт Александр Довженко в кинематографе, «рифмуя кадры», не мог пройти мимо мифа, легенды, сказа, поэмы. Это были его любимые киножанры. Тезис Довженко «надо смотреть в лужи, а видеть в них звезды» — проходит через все его кинематографическое творчество, начиная с 1920-х годов.

Взять, к примеру, один из лучших фильмов Довженко «Земля» (1930) — поэтический гимн преобразованию советской деревни. В непримиримой классовой борьбе сталкиваются в фильме коммунисты и кулаки.

Несомненно, трактовка коллективизации в «Земле» была далека от реальности, односторонне поэтизируя нововведения, умалчивая о насильственном принуждении крестьян отказываться от своих вековых принципов и обычаев. Тем не менее фильм обвинили в недостаточном показе роли коммунистической партии, в неточности политических оценок. Но сила фильма не в политике, а в поэзии, пронизывающей всю его структуру.

...От руки убийц падает молодой тракторист. Он умирает, ликуя от предощущения грядущей новой жизни — счастливой, справедливой. Хоронить убитого выходит все село. Мощная новая песня летит над колышущимся морем пшеницы, преследует, загоняет в землю обезумевшего от злобы и страха кулака. На сады и нивы проливаются теплые, плодотворные дожди. Женщина рождает ребенка. Новое — неотвратимо, как смена времен года, сказал Довженко своим философским, поэтическим фильмом. Немая картина дышала предчувствием звука. В неторопливом монтаже, прерываемом надписями, содержащими реплики героев, ощущался диалог. Ритм монтажа был музыкален. В заключительной сцене похорон этот ритм рождал ощущение звучащей песни...

Вместе с «Броненосцем «Потемкин», «Матерью» «Земля» вошла в число «двенадцати лучших фильмов всех времен и народов» как шедевр «поэтического» кино.

Процесс мифологизации культуры усиливается в СССР после утверждения на I Съезде советских писателей в 1934 году метода социалистического реализма — «правдивого изображения жизни в ее революционном развитии с позиций самого передового класса — пролетариата, самой передовой философии — марксизма-ленинизма».<sup>1</sup>

Мифологизация действительности в советском кино 1930-х — 1940-х годов, в отличие от киноавангарда 1920-х, становится откровенно тенденциозной. За примерами ходить далеко не надо: «Веселые ребята», «Цирк», «Волга-Волга» Г. Александрова (позаимствовавшего жанр лирической, музыкальной комедии у американцев в годы работы с С. Эйзенштейном в США и Латинской Америке), «Богатая невеста», «Трактористы», «Свинарка и пастух», «Кубанские казаки» И. Пырьева, «Встречный» и «Великий гражданин» Ф. Эрмлера. Это фильмы о современности. Что касается картин историко-революционной тематики,

---

<sup>1</sup> Марксистско-ленинская эстетика. — М., 1975.

то классическими образцами киномифов здесь являются 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.

Нельзя отрицать значимости перечисленных фильмов для истории отечественной культуры и киноискусства. Их по сей день любят зрители. Вместе с тем нельзя не осознавать и того факта, что они были «колесиками и винтиками» социалистической партийной работы по формированию нового общественного сознания и воспитанию «нового человека», эффективно воздействующими на массы.

О механизмах партийного руководства сферой культуры в советский период много написано.<sup>1</sup> При этом нельзя оценивать данный процесс только с негативной точки зрения. Трансформация общества, социализация личности в условиях тех темпов индустриализации, что происходили в нашей стране, требовали более централизованной, чем в других странах, системы управления культурой. Да и отсутствие рыночной системы экономики выводило на первый план государственный менеджмент, в рамках которого Госкино сыграло свою существенную роль, способствуя развитию кинопромышленности и расцвету советского киноискусства.

Мифотворческие функции советского кино и во второй половине XX века способствовали появлению фильмов, вошедших в наш «золотой фонд», таких как «Коммунист» Ю. Райзмана и «Оптимистическая трагедия» С. Самсонова, «Белое солнце пустыни» В. Мотыля, «Первая конная» В. Любомудрова, «Судьба» Е. Матвеева и «Солдаты свободы» Ю. Озерова, «Щит и меч» В. Басова и «Семнадцать мгновений весны» Т. Лиозновой и многих других фильмов, особенно историко-революционной и военной тематики.

---

<sup>1</sup> См.: Горячев Ю., Шинкаренко В. 1998; Марьямов Г. Кремлевский цензор. — М., 1992; Фомин В. Кино и Е. Сталин. Власть и искусство. — М., 1996 и др.

*Процессы мифологизации культуры идут активно в 1930-е — 1940-е годы и в фашистской Германии. Еще в 1933 году, сразу после прихода к власти национал-социалистов, Геббельс недвусмысленно дал понять сотрудникам кинокорпорации УФА, что координация действий со стороны государства равносильна национал-социалистическому руководству.<sup>1</sup>*

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 кинопоиски экспрессионистов и «камершпиль», называя их «юродивой кинематографией».

З. Кракауэр в своей книге «Психологическая история немецкого кино. От Калигари до Гитлера» писал: «...Странное совпадение: через десять лет нацисты прибегли к тем самым моральным и физическим пыткам, которые немецкий экран уже изобразил».<sup>2</sup> Речь шла о таких фильмах, как «Носферату», «Доктор Мабузе — игрок», «Кабинет доктора Калигари», где человек оказывался во власти вампиров, сумасшедших ученых, патологических убийц, мистических существ.

Одним из немногих фильмов, поставленных в Германии в 1924 году, оказавшимся близким по духу новому немецкому кино, стали «Нибелунги» Фрица Ланга. Это торжественный гимн былой славе страны — залог отщепеня и грядущих побед. Студия УФА не пожалела средств для создания этой помпезной национальной эпопеи.

В первой серии фильма («Зигфрид») основной фигурой был монументальный Зигфрид, огромный белокурый ариец, с обнаженным торсом (Пауль Рихтер), непобедимый завоеватель. Его любит Кримгильда, девушка с длинными локонами, родная сестра отвратительной валькирии, которая так долго фигурировала на почтовых марках

<sup>1</sup> Герцштейн Р. Э. Война, которую выиграл Гитлер. — Смоленск, 1996. — С. 310.

<sup>2</sup> Кракауэр З. Психологическая история немецкого кино. — М., 1977. — С. 83.

кайзеровской Германии. На боевом коне, с победоносным мечом у бедра, этот германский герой передвигается среди пейзажей, построенных в студии по картинам Арнольда Беклина, попутно уничтожая гнусного богача, короля гномов, чья борода, нос крючком и отвислая нижняя губа должны были воплощать пороки иудейского племени.

Эта песнь славы в «Зигфриде» сменилась картиной бешенства и смятения во второй части («Мечь Кримгильды») — сценой, также заимствованной из старых германских легенд, а не из вагнеровских опер. Теа фон Гарбоу, написавшая этот сценарий вместе со своим мужем, хотела, по ее словам, показать, что «первоначальная ошибка всегда неумолимо влечет за собой в последующем тяжкое искупление». Таким образом, здесь вырисовывается тот комплекс вины, который пронизывает почти все творчество Ф. Ланга и характерен для части германских мастеров кино, увлеченных «терзаниями» Достоевского, — вины, сочетающейся с живым чувством собственного превосходства над другими, наглядно выступающим в «Нибелунгах». «Зигфрид» отражал величие и крушение Второй империи и одновременно предвещал грандиозные парады Нюрнберга; наоборот, «Мечь Кримгильды» предсказывала гибель (в духе «Гибели богов») рейхсканцелярии, созданной Гитлером в стиле помпезных декораций УФА.<sup>1</sup>

Однако этот фильм не спас Ф. Ланга, и ему, как и многим антинацистски настроенным кинематографистам, пришлось покинуть Германию и эмигрировать в США.

Что касается «Нибелунгов», то этот фильм стал классическим вариантом немецкого киномифа.

В 1936 году Геббельс отметил, что «режим мог бы довольствоваться безразличием и цензурой, но желал от киноиндустрии большего».<sup>2</sup> «Тотальное политическое формирование воли германской нации» требовало от правительства вступить в борьбу, используя средство,

<sup>1</sup> См. Садуль Ж. История киноискусства. — М., 1957. — С. 155.

<sup>2</sup> Герцштейн Р. Э. Война, которую выиграл Гитлер. — С. 310.

способное оказывать влияние на миллионы граждан. Кино следовало вырвать из рук анонимной группы людей и сделать «образовательным инструментом» в деле строительства нового рейха.

Разразившаяся вскоре война утвердила Геббельса во мнении, что кино несет общенациональную миссию. По его словам, «война подтвердила, что не хлебом единым жив человек, что разум и дух его жаждут духовной пищи, а также утешения».<sup>1</sup>

Оставаясь национал-социалистом, Геббельс выступал против декаданса «веймарской» культуры и ее еврейских культуртрегеров, сжигал их творения и изгонял с работы и из страны. Две стороны натуры Геббельса находились в противоречии — тонкого знатока и ценителя авангарда и вожака народных масс. Пропагандист одерживал верх над киноэстетом, поскольку большую привлекательность представляла собой власть, и необходимость опровергать обвинения в том, что он был оторванным от масс интеллектуалом, заставляла Геббельса отвергать либеральные тенденции целостности художественного творчества. Даже когда он использовал экран в целях приближения идеализированных версий национал-социалистической идеологии, Геббельс поддавался фальшивому и порою неуклюжему буквализму. Обычно это сводилось к утверждению, что исторические киноэпопеи «основываются на исторических фактах».<sup>2</sup>

Именно поэтому фашистская пропаганда активно поддерживала фильмы, героизирующие и мифологизирующие историю и ее деятелей: «Бисмарк», «Великий король», «Отставка», «Папаша Крюгер», «В центре бури», «Кольберг», «Фридрих Шиллер», «Триумф гения», «Ритуал самопожертвования» и др.

Не менее важной для нацистов была тема оправдания фашистских злодеяний, борьбы Гитлера с внутренними и внешними врагами. Преобладающей здесь была антисе-

<sup>1</sup> Там же.

<sup>2</sup> Там же. С. 311.

митская тема, породившая такие фильмы, как «Вечный жид» и «Еврей Зюсс»; а картина «Я обвиняю» выступила в поддержку эвтаназии — убийства неполноценных людей, узаконенного государством.

Военная тематика была основой как игровых, так и многочисленных хроникально-документальных лент типа «Победа на Западе», «Подлодки на Запад», «Предатели перед судом» и т.п. Большинство упомянутых фильмов, поставленных пышно, с размахом, были далеки от искусства. Основанные на откровенной лжи, они преследовали сугубо пропагандистские цели, как и печатные СМИ.

Исключение в германской кинематографии 1930-х — 1940-х годов представляют фильмы знаменитой актрисы, танцовщицы и режиссера Лени Рифеншталь, творчество которой и по сей день остается загадкой. Как актриса она снималась в немецком кино еще в 1920-е годы и была знакома советским зрителям по фильмам «Горная баллада», «Пленники Бледной горы» А. Фанка. Как кинорежиссер Рифеншталь после прихода Гитлера к власти откровенно проповедовала в своих картинах идеологию фашизма. Ее документальный фильм «Триумф воли» (1935) стал программным в пропаганде нацистских идей и воспевании Гитлера, то есть стал своеобразным эстетическим манифестом нового порядка. В духе и манере «Триумфа воли» сняты фильмы «Наш вермахт» (1936) и «Олимпия» (1936 — 1938) — документальный репортаж об Олимпийских играх в Берлине. На фильмах и мифах Л. Рифеншталь воспитывалось молодое поколение фашистской Германии, но, как ни странно, Геббельс ее не любил, хотя она искренне служила режиму.

Особое место в кинорепертуаре Германии занимали веселые, развлекательные комедии, в которых снимались прославленные «звезды» музыкального жанра. Например, венгерская актриса Франческа Гааль («Паприка», «Петер») или Марика Рекк («Нищий студент», «Девушка моей мечты» и др.), популярные и у советских зрителей.



Итак, мифологизация действительности была общей чертой всех тоталитарных режимов (сюда можно добавить и кино эпохи Муссолини); цели и задачи тоже были общими: идеологическая пропаганда, формирование нового общественного сознания, подъем патриотического духа, воспитание личности. 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 века — Второй мировой войне, в которую оказались втянутыми многие страны. Войне, которая в памяти нашего народа осталась как Великая Отечественная и в ходе которой Россия потеряла более 20 миллионов человеческих жизней.

«Война мифов» не утихла после разгрома фашизма. Она приобрела новые формы, прочно обосновавшись на телевидении и в других масс-медиа, заметно усилившись в информационную эпоху.

## ТЕЛЕВИДЕНИЕ КАК «ФАБРИКА МИФОВ»

До появления телевидения самым массовым явлением медиакультуры было кино. Телевидение превзошло кинематограф и радио по численности зрительской аудитории в несколько раз.

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

В России телевидение является самым влиятельным средством массовой информации и потому оно немислимо без мифотворчества. Именно с помощью телевидения создается виртуальная, мифологическая реальность, которая навязывается миллионам зрителей.

Мифологично даже само слово «телевидение», которое означает «видеть на расстоянии». Сбылась вековая мечта человечества, отраженная в сказках различных народов. С помощью «волшебных зеркал», «магических шаров» и прочих колдовских приспособлений сказочные герои могли видеть на расстоянии. Теперь эту «сказочную возможность» имеет любой человек, которому доступен телевизор. 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. В этой подмене кроется одна из разгадок огромного влияния телевидения на людей.

«Телевидение — это не просто посредник между мифотворцами и зрителями. Это особая среда, обладающая рядом уникальных свойств, которые превращают его не только в канал доставки мифов, но и в фабрику по их производству».<sup>1</sup> Телевизионные «Новости» основаны на реальных событиях, но это не значит, что они являются «зеркалом реальности», хотя психология зрительского восприятия на это «настроена».

Факты лишь повод, отправная точка для формирования телевизионного мифа. При этом мифологическая трактовка реальных событий осуществляется телевидением столь правдоподобно, что зритель принимает миф за реальность. 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».

Телевидение в первые десятилетия своего развития (особенно в 1950-е — 1960-е годы) нанесло мощный удар не только кино, но и другим средствам массовой информации, в частности, радио, печатным изданиям (газетам, журналам, популярным книжкам комиксов в США и др.).

Сошлемся на один характерный пример, приведенный в книге М. Маклюэна.

...Четырем случайно набранным группам университетских студентов давалась одновременно одна и та же информация о структуре дописьменных языков. Одна группа получала ее по радио, другая — по телевидению,

---

<sup>1</sup> Цуладзе А. Политическая мифология. — М. 2003. — С. 251.

третья — из лекции, а четвертая ее читала. Для всех групп, кроме читательской, информация передавалась в прямом вербальном потоке одним и тем же оратором, без обсуждения, без вопросов и без использования доски. Каждая группа получала материал в течение получаса. Затем каждую попросили ответить на одну и ту же серию контрольных вопросов. Для экспериментаторов стало большим сюрпризом, что студенты, получившие информацию по телевидению или радио, справились с контрольной работой лучше, чем получившие информацию через лекцию или печать, а телевизионная группа немного превзошла группу радиослушателей...<sup>1</sup>

Объяснение данного феномена (хотя сам исследователь считал более «горячими» средствами воздействия не ТВ, а кино и радио) Маклюэн видел в специфике телевизионного образа, модель которого не имеет ничего общего с фильмом и фотографией, хотя, как и они, телевидение предлагает невербальное расположение форм.<sup>2</sup> «С появлением телевидения, — утверждает Маклюэн, — сам зритель становится экраном. Он подвергается бомбардировке световыми импульсами... И это ни в каком смысле не фотография; это непрестанно формирующийся контур вещей, рисуемый сканирующим лучом».<sup>3</sup>

Маклюэн в трактовке телеобраза, как и самого телевидения, оказывается более категоричным, чем в трактовке возможностей других СМИ. По его мнению, телеобраз предлагает получателю около трех миллионов точек в секунду. Из них он принимает каждое мгновение лишь несколько десятков, из которых образ и складывается.

Кинообраз предлагает намного больше миллионов данных в секунду, и в этом случае зрителю не приходится совершать такую же радикальную редукцию элементов, чтобы сформировать свое впечатление. Вместо этого он склонен воспринимать весь образ целиком. В отличие от

<sup>1</sup> Маклюэн М. Понимание медиа. — С. 355.

<sup>2</sup> Там же. С. 357.

<sup>3</sup> Там же. С. 358.

кинозрителя, зритель телевизионной мозаики, с ее техническим контролем образа, неосознанно переконфигурирует точки в абстрактное произведение искусства на манер Сера или Руо. Если бы кто-то спросил, изменится ли все это, если технология поднимет характер телевизионного образа на тот уровень насыщенности данными, который свойствен кино, можно бы было ответить вопросом на вопрос: «А можем ли мы изменить мультфильм, добавив в него элементы перспективы и светотени?» Ответ будет «да», но только это будет уже не мультфильм. Так и «усовершенствованное» телевидение будет уже не телевидением. В настоящее время телевизионный образ представляет собой мозаичную смесь светлых и черных пятен; кинокадр не является таковым никогда, даже при очень плохом качестве изображения.<sup>1</sup>

Как и любой другой мозаике, телевидению чуждо третье измерение, однако оно может быть на него наложено. В телевидении иллюзия третьего измерения обеспечивается в какой-то степени сценической обстановкой в студии; но сам телевизионный образ является плоской двумерной мозаикой. Иллюзия трехмерности представляет собой по большей части перенос на телеэкран привычного видения кинофильма или фотографии.

А отсюда вывод Маклюэна: дабы противопоставить телевизионный образ кинокадру, многие режиссеры называют его образом «низкой определенности» в том смысле, что он, во многом подобно карикатуре, предлагает нам мало деталей и низкую степень информирования. Телевизионный крупный план дает не больше информации, чем небольшая часть общего плана на киноэкране... Не странно ли, что телевидение в Америке 1950-х должно было стать таким же революционным средством коммуникации, каким в 1930-е годы в Европе было радио?..<sup>2</sup>

Негативное отношение Маклюэна к телевидению, которое он называет «застенчивым гигантом», объяснимо.

<sup>1</sup> Там же. С. 359.

<sup>2</sup> Там же. С. 359 — 360.

Оно сродни тем спорам между кинематографистами и телевизионщиками, которые длились, по сути, всю вторую половину XX века.

Суть этих споров вкратце сводится к тому, что важнее и эффективнее — кино или телевидение и какова у каждого из них роль в системе коммуникации XX века.

У нас в стране одним из первых, кто попытался осмыслить проблему взаимоотношений кино с возникающим телевидением, был С. Эйзенштейн. Он знал первые шаги отечественного телевидения не только как зритель: зимой 1940 — 1941 годов его часто приглашали в телецентр на Шабаловке для обучения работников телецентра монтажу, который осуществлялся сразу же — когда передача шла в эфир.<sup>1</sup> Следы практического знакомства Эйзенштейна с телевидением рассеяны в ряде его теоретических работ.

Сошлемся в этой связи на статью В. Михалковича «Кино и телевидение, или О несходстве сходного».<sup>2</sup> Анализируя фразу Эйзенштейна о том, что благодаря ТВ «реальность вваливается как следующая стадия вваливания экрана вообще»,<sup>3</sup> исследователь приходит к следующим выводам. Вероятно, фразу Эйзенштейна следует понимать в том смысле, что появление телеприемника в доме («вваливание экрана») неизбежно столкнет зрителя с действительностью как таковой, то есть «сырой», творчески непретворенной.<sup>4</sup> Свои заметки Эйзенштейн писал в 1946 — 1947 годах, когда телевидение было только «прямым»: сразу же транслировало происходящее в эфир. Вот почему он полагал, что ТВ по природе своей ориентировано на завоевание «пространства»; кинематограф же в силу своих природных данных ориентирует «временем».

Ради преодоления «сырого» состояния действительности, которая «вваливается» к зрителю через посредство приемника, Эйзенштейн изобретает фигуру, ставшую

<sup>1</sup> Юровский А. Телевидение — поиски и решения. — Изд. 2. — М., 1983. — С. 72.

<sup>2</sup> См.: Киноведческие записки. — М., 1996. — С. 92 — 115.

<sup>3</sup> Там же. С. 93.

<sup>4</sup> Там же.

хрестоматийно известной в отечественной телетеории — «киномага телевидения», который, «жонглируя размерами объективов и точками кинокамер, будет прямо и непосредственно пересылать миллионам слушателей и зрителей свою художественную интерпретацию события...»<sup>1</sup>

Сегодня, в эру «прямого» и «непрямого» телевидения, оно в полной мере оперирует «пространством» и «временем», усиливая свои контакты с эпохой и зрителем и становясь самым массовым и востребованным фактом медиакультуры.

Становление и первые этапы развития телевидения проходили без особых вспышек «озарения», не предвещавших массовую мифологизацию общественного сознания.

До тех пор пока большой бизнес не оценил возможностей и могущества телевидения, овладеть его «секретами» и возможностями стремилось немало способных и умных людей, рассматривавших его как новый вид искусства. В той же Америке, например, получил право на самостоятельную жизнь телевизионный театр, а некоторые телефильмы, вроде «Двенадцати разгневанных мужчин», завоевали большой киноэкран и с успехом демонстрировались во многих странах. Даже телеэстрада не составляла тогда исключения. По телевизору можно было увидеть, скажем, Джека Паара, который четыре раза в неделю смешивал американцев и одновременно заставлял их серьезно задумываться над самыми различными вопросами — от пагубности гонки вооружений до пороков бульварной прессы и рекламной кабалы, почти с самого начала захватившей американское телевидение, и свободы, которой не пользовался сам Паар.

Быть может, раньше других оценили истинную силу телевидения кинематографисты — никто не пострадал на первых порах от появления домашних голубых экранов больше, чем они. Но только два человека в Гол-

---

<sup>1</sup> Там же. С. 94.

ливуде взглянули на победное шествие телевидения с общественно-социальных позиций: в 1957 году известный писатель и сценарист Бадд Шульберг и не менее знаменитый кинорежиссер Элия Казан выпустили фильм «Лицо в толпе» — фильм-предостережение.

В картине обличались рекламный бизнес и нравы американского телевидения, раскрывалась вся машина обработки общественного мнения в США.<sup>1</sup>

Это, впрочем, подтвердила в дальнейшем сама жизнь. Вскоре после выхода на экраны фильма «Лицо в толпе» вся Америка была взбудоражена разоблачением уже не вымышленного, а реального «телеидола». Звали его Чарльзом ван Дореном; был он, правда, не бродягой, а молодым преподавателем Колумбийского университета; прославился же в качестве гения-рекордсмена «квизов» (передач-конкурсов). Не было ни одного вопроса по политике, литературе или искусству, на который он не находил бы правильного ответа. Удивлению и восхищению телезрителей не было предела. Газеты, журналы, кино рекламировали его как «чудо XX века» и как «гордость Америки».

И тут разразился национальный скандал. Кто-то из многочисленных участников «квизов» потерял свою записную книжку, где были заранее записаны все вопросы и... ответы очередной викторины. Оказалось, что телезрителей на протяжении нескольких лет просто-напросто дурачили: «квизы» представляли собой ловкое мошенничество, которое оплачивалось различными торговыми и рекламными фирмами. С помощью, в частности, ван Дорена, выступавшего на фоне электрифицированной рекламы косметической фирмы «Ревлон», последняя увеличила доходы за один год более чем на 50 млн. долл. «Интеллектуальный герой» Америки был с позором развенчан.

Создатели фильма «Лицо в толпе» смотрели в корень, когда провозглашали устами одного из выведенных ими действующих лиц, крупного деятеля из Вашингтона: «Нам

<sup>1</sup> См.: Кукаркин А. В. По ту сторону расцвета. — М., 1974. — С. 263.



нужен популярный символ... своего рода рождественская елка, на которую мы будем вешать наши идеи... Ну а телевидение — величайшее средство убеждения масс».<sup>1</sup>

О воздействии телевидения на личность в 1960-е — 1970-е годы размышляли не только кинематографисты, социологи, но и публицисты. Приведем мнение французского еженедельника «Экспресс»:

...Из телевизора можно сделать самое усовершенствованное орудие глупости, безумия, пытки, отупения, огрубления. Телевизор может стать идеальным орудием воспитания пассивности, для которого заокеанские социологи изобрели термин «видиот», составленный из слов «видео» и «идиот», а англичане — термин «кретинометр».

Для других, обладающих большей верой, телевидение, напротив, может стать в нашу эпоху великим орудием разрядки и развлечения, необыкновенным средством распространения культуры и освобождения человека, нежданной дорогой к первоклассной информации, к шедеврам, к путешествиям, что оставалось ранее уделом избранных; может стать источником радостей, смягчить скуку дней старости, оживить досуг молодежи, упрочить семейный круг, сблизить народы и т.д.

...Несомненно, мы движемся к известной культурной нивелировке... Никакие предосторожности не будут чрезмерными против опасности стандартизации умов... Мы можем, перефразируя знаменитое изречение, сказать: «Скажи мне, какое у тебя телевидение, и я скажу тебе, кто ты такой».

Но что главным образом вырабатывается, так это новая форма *интеллектуальной реакции*. Культура завтрашнего дня будет менее книжной, чем вчерашняя. Со времени открытия книгопечатания мысль двигалась, используя как точку опоры знаки, символы, буквы. Отныне она опирается главным образом на образ... Вопрос будет состоять в том, станет ли агрессивная сила этого образа,

---

<sup>1</sup> Там же. С. 265.

бесконечное разматывание шупалец телепленки иссушать интеллектуальную сущность каждого и погружать народы в состояние пассивной восприимчивости. Или же, напротив, в телевидении всегда будет достаточно оживляющего, стимулирующего содержания...

Однако еще важнее понять, что власть над телевидением становится одной из важнейших политических проблем нашей эпохи. Возьмем, к примеру, телевизионные новости дня. Разве они не превращаются на наших глазах в единственный источник информации все возрастающего 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, какая никогда не снилась никакому доктору Фаусту.<sup>1</sup>

И как вывод звучит в статье мысль о том, что *телевидение становится ключом к власти. Поэтому вполне понятны дебаты, ведиущиеся вокруг него.*

С. Кара-Мурза, размышляя о ТВ как величайшем манипуляторе сознанием масс, отталкивается от проблем потребительского рынка. «В идеологии либерализма, — пишет он, — 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. Известный испанский специалист по философии права, автор книги «Свобода самовыражения в правовом государстве» М. Сааведра заявил на специальных слушаниях в Сенате, что для телевидения нет другого закона, кроме закона спроса и предложения: «Рынок — царь, и рынок подчиняет своему господству

---

<sup>1</sup> Там же. С. 268.

информацию, культуру, развлечения и даже достоинство личностей». Естественно, он подтвердил это ссылками на свободу и демократию: «Пультот переключения телепрограмм осуществляется право голоса». Эта аргументация ложна, вернее, лжива. Она опровергается в рамках буржуазного либерального права.<sup>1</sup>

Можно соглашаться или спорить с этими доводами, 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 крупными частными корпорациями — суперкомпаниями. Уже в 1970-е годы только в США таких компаний насчитывалось около 500. За последние три десятилетия произошло сращивание этих фирм с крупнейшими банками мира, которые стали держателями акций телевизионных компаний.

Соединение телевидения с рекламой придает ему совершенно новое качество. Как отмечает Кара-Мурза, «сейчас главным является рынок образов», который диктует свои законы, и их продавец (телекомпания) стремится приковать внимание зрителя к своему каналу. Если это удастся, он берет плату с остальных продавцов, которые рекламируют свои образы через его канал. На Западе реклама дает 75% дохода газет и 100% доходов телевидения (в США реклама занимает около 1/4 эфирного времени). Даже немногие оставшиеся государственными каналы в большой степени финансируются за счет рекламы (во Франции два государственных канала зависят от рекламы на 66%; наиболее независимо телевидение ФРГ). В конце 80-х годов на американском телевидении плата за передачу 30-секундного рекламного ролика во время вечернего сериала составляла в среднем 67 тыс. долларов, а во время популярных спортивных состязаний — 345 тыс. долларов.

---

<sup>1</sup> Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. — М., 2000. — С. 254.

В 2000 г. показ 30-секундного ролика во время финального матча чемпионата США по американскому футболу стоил 1,5 млн. долларов.<sup>1</sup>

Превращение новостей в шоу, влекущее за собой превращение граждан в потребителей, отвечает интересам правящих классов, поскольку при этом политическая активность населения снижается. Гражданин — это активный политический субъект. Превращаясь в потребителя, он становится политически пассивным, инертным, что и требуется для осуществления успешных манипуляций сознанием аудитории.

Телевидение берет валом, напором, бесчисленными повторами и сменой ярких «картинок». Калейдоскоп «картинок» гипнотизирует зрителя, завораживает его. Телевизионный гипноз позволяет отключить сознание, снять барьеры для восприятия информации, сделать человека более внушаемым, навязать ему «новостку дня». «Современный человек живет в состоянии вечного референдума. Он всегда вынужден определяться, согласен он с мнением или фактом или нет. Поддерживает он что-то или он против. Калейдоскоп тем вертится все быстрее и быстрее».<sup>2</sup> Чем быстрее вертится «калейдоскоп тем», тем выше внушаемость телезрителей.

Нужно отметить, что, обладая такой силой воздействия на людей, российское телевидение в отличие от американского не позволяет «чувствовать себя хорошо». Как раз наоборот, оно создает довольно мрачную «картину мира». Ярко выраженный катастрофизм российского телевидения — не случайное явление. В революционную эпоху опасность массовых возмущений довольно велика. Нагнетание негативной атмосферы через телевидение приводит к подавленности и социальной пассивности зрителей. Телевидение, выплескивая на аудиторию потоки «чернухи», подавляет волю людей к сопротивлению, кри-

<sup>1</sup> Там же. С. 260.

шут ослом. — Пермь, 2002. — С. 103.

<sup>2</sup> Гусев Д., Матвейчев О. и др. Уши ма-

тической оценке реальности. К тому же после телевизионных ужасиков реальная жизнь начинает казаться не такой уж страшной. Телевидение проводит своего рода «вакцинацию» населения. Однако результатом многолетнего нагнетания негативных эмоций стала острая потребность в позитивной «картине мира» и притупленность восприятия даже действительно трагических событий.

А потребность зрителя в позитивной информации — это и есть потребность в мифе, потребность в «наркоти́ке». Если не будет мифов, способных консолидировать общество, наступит информационный хаос, а он приведет в свою очередь к дестабилизации общества, росту негативных тенденций и т.д.

Но «магия» телевидения является результатом применения определенных технологий, воздействующих на сознание людей. Рассмотрим некоторые из аспектов «телемагии».

Одним из «стратегических товаров» телевидения являются *новости*. Стержнем новостей является событие. Однако далеко не каждое событие может удостоиться чести попасть в новостную программу. Для этого событие должно иметь ряд отличительных признаков. Американские исследователи Джемисон и Кэмпбелл<sup>1</sup> выделили пять основных признаков значимого для СМИ события.

*Первый признак* — наличие *главного героя*, вокруг которого развивается сюжет. Зритель подсознательно идентифицирует себя с героем телесюжета, переживает вместе с ним различные перипетии. Эмоциональная вовлеченность зрителя облегчает усвоение заложенной в сюжете информации.

*Второй признак* — *драматургия события*, конфликт интересов, который может сопровождаться открытым насилием. Телевидение так устроено, что чем сильнее конфликт, чем жарче страсти, тем больше времени оно уделяет

---

<sup>1</sup> Jamieson K.H., Campbell K.K. The Interplay of Influence: News, Advertising,

Politics, and the Mass Media. 3rd ed. 1992. Belmont, CA: Wadsworth

такого рода событиям. Подобная установка может иметь далеко идущие последствия. «У телезрителя порой формируется ошибочное представление, что сцены насилия, которые он видит на экране телевизора, являются нормой. На события, не содержащие элементов насилия, средства массовой информации могут вовсе не обратить внимания, а о важных проблемах, которые нельзя преподнести эффектно, где нет конфликтующих сторон и отсутствует яркая личность, будут упоминать лишь вскользь».<sup>1</sup>

*Третий признак* — событие должно содержать *активное действие*, чтобы приковывать внимание зрителя. Действие является своего рода «крючком», на который подсаживают зрителя, чтобы довести до него какую-либо информацию. Особенность телевидения такова, что оно вынуждено иллюстрировать, *показывать* даже самые отвлеченные понятия. Если пишущий журналист может позволить себе рассуждать о безработице как социальном явлении, не привязываясь к конкретным людям, то тележурналист должен *показать* безработного или безработных. На бумаге — отвлеченное понятие, на телеэкране — живые люди, имеющие имя, возраст, цвет кожи и т.д. На телевидении нужна «картинка».

*Четвертый признак* — *новизна события и степень отклонения от общепринятых норм*. Самый яркий и жуткий пример — это теракты 11 сентября 2001 года в США. Это событие не имело аналогов за всю историю существования телевидения. Воздействие на людей постоянно транслируемой CNN телевизионной картинкой с взрывающимся небоскребом самолетом оказалось столь велико, что в конечном счете было принято решение отказаться от показа этих кадров.

Событие было настолько из ряда вон выходящим, что привело к расстройству психики у огромного количества американцев.

---

<sup>1</sup> Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. — М., 2001. — С. 233.

*Пятый признак* — возможность привязки события к темам, которые в данный момент активно разрабатываются СМИ, т.е. *актуальность* события.

Ричард Харрис среди подобных тем выделяет так называемые «вечные темы». Одна из «вечных тем» — *противоречие между личиной и подлинной сущностью человека*. В результате журналистских расследований общественности становятся известны теневые стороны деятельности политиков, различные махинации, проч.

Другая «вечная тема» — *противоборство власть имущих и простых людей*. «С этой темой тесно связана тема борьбы добра и зла, часто используемая как своего рода моральная рамка, обрамляющая многие сюжеты новостей, например, хороший борец за чистоту окружающей среды и плохая корпорация, эту среду загрязняющая.<sup>1</sup>

На «вечность» претендует *оценка эффективности и неэффективности*, например, правительства в решении насущных задач. Для политика очень важно прослыть перед избирателями человеком, не пасующим перед обстоятельствами, умеющим решать самые трудные задачи.

К числу «вечных тем» относятся и *сверхъестественные события и явления*. Человечество всегда будет интересоваться НЛО, падающими на землю астероидами, «снежным человеком», загадкой Бермудского треугольника и прочими чудесами.

Если мы приглядимся внимательнее, то обнаружим, что так называемые «вечные темы» телевидения есть не что иное, как мифы. Для наглядности можно представить себе телевизионный экран в виде трафарета, в который заливаются краски реальной жизни. Краски варьируются, а шаблон остается. Эта особенность телевидения во многом объясняет силу его воздействия на аудиторию. За внешним разнообразием скрывается довольно ограниченный *набор шаблонов*, которые вырабатывают у зри-

---

<sup>1</sup> Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. — М., 2001. — С. 235.

телей определенные стереотипы восприятия информации, формируют установки часто помимо их воли.

Выделенные Джемисоном и Кэмпбеллом пять признаков значимого для СМИ события лишний раз подтверждают, что пространство, формируемое современными СМИ, есть пространство *мифологическое*. Таким образом, телевидение не просто информирует о событии, а превращает его в миф.

Существуют также *вторичные признаки* важного события. Например, необходимость «*правдоподобия*» репортажа о событии.<sup>1</sup> Это важная характеристика искусственно создаваемого мифа. Зритель должен поверить, что происходящее — реальность. Тогда он подключится к мифу. Даже если речь идет о «летающих тарелках».

Р. Харрис также выделяет *остроту события*, возможность рассказать о нем вкратце. Время телевизионного репортажа крайне ограничено. Конкуренция между телеканалами очень жесткая. Поэтому журналист должен в считанные секунды уметь *приковать внимание* зрителя к своему сюжету.

Еще один признак важности события — *степень влияния последствий события на конкретное сообщество людей*.<sup>2</sup> Если даже новость непосредственно «не касается» большинства зрителей, телевидение обладает средствами для того, чтобы убедить их в обратном. Как правило, подобная обработка производится в рамках какой-нибудь пропагандистской кампании. Впрочем, это удается не всегда. Наиболее яркий пример — попытка «старого» НТВ убедить телезрителей, что защита «свободы слова» — дело каждого. «Сегодня нам закроют рот, а завтра придут за вами» — таков был лейтмотив многочисленных апелляций НТВ к общественному мнению страны. НТВ пыталось доказать, что давление власти на телекомпанию — не частная раз-

<sup>1</sup> Meyer P. News Media Responsiveness to Public Health. In: C. Atkin & L. Wallack (Eds.). Mass Communication and Public

Health: Complexities and Conflicts. Newbury Park, CA: Sage.



борка с опальным олигархом, а событие всероссийского и даже мирового масштаба (за НТВ вступались лидеры западных стран). Однако эта линия защиты не сработала — общество посочувствовало журналистам, но не встало на их защиту.

Изменилась телепрограмма, появились новые лица, сменился стиль, но никого не арестовали, не расстреляли и т.д. НТВ так и не удалось создать миф, который побудил бы общество встать на защиту телекомпании.

Итак, препарирруя реальность, телевидение 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 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. Кино как бы останавливает течение времени, фиксируя его в конкретном сюжете и художественных образах. Телевидение следует за «рекой времени», порой даже обгоняя ее течение.

Различается также воздействие телевидения и кино на зрителей. Кинообраз может долгое время оказывать свое воздействие уже после просмотра фильма. А вот влияние телевидения основано на том, что телевизор смотрят *регулярно*. К телевидению быстро привыкают, но от него можно довольно быстро отвыкнуть. Телевизионная «дубина» эффективна лишь в том случае, если постоянно опускается на головы телезрителей.

Этот недостаток телевидения восполняется наличием *телевизионной программы*. Телепрограмма задает некие рамки для зрителей. Она обеспечивает регулярность телепросмотра, что позволяет оказывать долговременное воз-

действие на зрителей. Поведение людей *программируется* в буквальном смысле слова. Искусство составления программы состоит в умелом чередовании развлекательных телеприманок с политическими новостями и передачами. В результате сознание зрителя оказывается «многослойным», если воспользоваться термином Теодора Адорно. Развлекательные программы наслаиваются на политические, на них наслаивается кино и т.д. У «многослойного человека» при этом возникает полная мешанина понятий и никакой взаимосвязи событий. Единственная система, в которую он способен подставить отдельные факты, — это *система стереотипов*, — уже сложилась у него в голове.

Пульт дистанционного управления сделал процесс просмотра телепередач еще более хаотичным.

*Переключаемость каналов* возросла во много раз. Это явление называется «зэппинг» (от восклицания «zap» — «бац!»). Когда на телеэкране появляется реклама, зритель переключается на другой канал, потом на следующий, потом обратно и т.д. Некоторые психологи полагают, что первоначально вызванный желанием «убежать» от рекламы «зэппинг» стал приобретать характер болезни. Телезритель не в состоянии долгое время сосредоточиваться на чем-то одном и бессознательно «прыгает» с канала на канал. Сознание телезрителя, подверженного «зэппингу», напоминает уже не «многослойный пирог», а калейдоскоп, в котором постоянно меняются разные «картинки». Среднестатистический телезритель не обладает способностью к цельному восприятию того, что он видит. Он выхватывает отдельные куски, которые складываются в пеструю мозаику фактов, мнений, образов и т.д.

Такое сознание может стать легкой добычей для манипуляций. Главное, найти «крючок», на который можно поймать зрителя, чтобы он перестал метаться и употребил предлагаемый телепродукт полностью.

Отдавая должное мощи телевидения, не следует сбрасывать со счетов и другие виды СМИ. В России ближайшим конкурентом телевидения является пресса (на

Западе прессу сильно потеснил Интернет), но Россия еще недостаточно компьютеризирована, и поэтому Интернет пока не может конкурировать на равных с офф-лайновыми СМИ.

Рассмотрев роль медиа в мифотворчестве, можно констатировать, что эта тенденция определила многие аспекты в развитии культуры XX века. Более того, исторический период 1917 — 1991 годов характерен «войной мифов», отражением которой является медиакультура: европейская, российская и американская.

Крушение политических мифов XX века, будь то «фашизм», «сталинизм», «марксизм», «коммунизм», 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 новых мифов, новой мифологии.