

Яковлева Елена Людвиговна

ТЕХНОЛОГИЯ СОВРЕМЕННОГО МИФОТВОРЧЕСТВА

В статье объектом исследования выступает технология мифотворчества современности, главными составляющими которой можно назвать использование "вечных сюжетов", создание определенных обрядов, идолопоклонство, подключение визуального компонента, акцентирование эмоциональной стороны языка, предсказания будущего. Знание технологии мифотворчества позволяет разделять реальное и выдуманное.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2012/9-2/54.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2012. № 9 (23): в 2-х ч. Ч. II. С. 216-219. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2012/9-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_hist@gramota.net

**PUNITIVE POLICY OF SOVIET STATE IN PENITENTIARY LEGAL RELATIONSHIPS SPHERE
IN THE 70S - 80S OF THE XXTH CENTURY**

Dmitrii Yur'evich Yushchenko

Department of State-Legal Disciplines

Pskov Juridical Institute of Federal Penitentiary Service of Russia

yushchenko_dy@mail.ru

The author presents the genesis of the soviet state penitentiary policy emphasizing its punitive component strengthening by the 70s – 80s of the XXth century by means of the comparative-historical analysis of the normative-legal base regulating penitentiary legal relationships, and pays special attention to the Reformatory Code of the RSFSR of 1970 in comparison with the Codes of 1924 and 1933 and the normative acts of pre-revolutionary time.

Key words and phrases: soviet penitentiary (reformatory) policy; reformatory legislation codification; Reformatory Code of the RSFSR of 1970; reformatory legal relationships; convicted persons treatment; pecuniary-domestic and medical-sanitary conditions of convicted persons (prisoners) treatment.

УДК 130.3

Культурология

В статье объектом исследования выступает технология мифотворчества современности, главными составляющими которой можно назвать использование «вечных сюжетов», создание определенных обрядов, идолопоклонство, подключение визуального компонента, акцентирование эмоциональной стороны языка, предсказания будущего. Знание технологии мифотворчества позволяет разделять реальное и выдуманное.

Ключевые слова и фразы: технология; мифотехнологии; мифологема; обрядовость; идолопоклонство; имидж; визуализация.

Елена Людвиговна Яковлева, кандидат культурологии, доцент

Кафедра философии

Институт экономики, управления и права, г. Казань

mifoigra@mail.ru

ТЕХНОЛОГИЯ СОВРЕМЕННОГО МИФОТВОРЧЕСТВА[®]

В современности весь культурный континуум во главе с человеком технологизируется. Человек периодически подвергается «разборке» и «сборке», моделированию, у культурных феноменов появляются хорошо разработанные технологии создания и распространения. Не является исключением в этом ряду и миф. Уже в XX он начинает активно «захватывать» культурное пространство, а для его успешного внедрения в сознание огромного количества людей создаются специальные технологии, которые не потеряли своей актуальности до сегодняшнего дня. В связи с этим целью статьи является рассмотрение ключевых параметров технологии мифотворчества, проявляющих себя в современной культуре, знание которых поможет людям разграничивать вымысел и реальность.

Во все времена миф подчинял себе и заставлял целые общества жить по своим законам. При этом никакой рациональный аргумент не способен убедить и разуверить людей в созданных общественных или личностных мифологических построениях: «люди становятся жертвами мифов без серьезного сопротивления. Они побеждены и покорены еще до того, как оказываются способными осознать, что же на самом деле произошло» [4, с. 389]. В современном мире миф стал одной из всепроникающих культурных форм, обнаруживающий себя в политике, науке, религии, произведениях культуры и искусства, СМИ, виртуальной реальности, повседневной жизни человека.

Мифы современности и древности, несмотря на наличие общих сюжетов, отличаются друг от друга. Так, в современной культуре миф, с одной стороны, превращается в открытый бесконечный текст, можно сказать, гипертекст, вобравший в себя огромное количество мифологий всех времен и народов и их интерпретаций (например, произведения В. Пелевина, С. Соколова, В. Сорокина). С другой стороны, современный миф высказывается в виде набора фраз и формул-клише (вспомним миф о гламуре, метросексуалах, *It girl*). Мифы современности теряют свойства устойчивости и постоянства: они быстро создаются и исчезают, сменяя друг друга, превращаясь тем самым в сиюминутный текст. В древности миф творился стихийно, а в современности, благодаря специально разработанным технологиям, его создают не народы, а личности – мифотехнологи (PR-технологи, корреспонденты и репортеры СМИ, имиджмейкеры). Искусственно созданные мифы деформируют реальность, скрывают истинное положение вещей, отвлекая людей от действительности и акцентируя внимание на выгодных творцам и их заказчикам культурных (политических, экономических, религиозных, научных и других) смыслах. Появившиеся с помощью технологии мифы способны объединить огромное количество людей, воодушевить массу, но при этом и намеренно «подтолкнуть» ее к определенным действиям, что таит в себе опасность. В связи с этим актуальным становится знание технологии мифотворчества.

Одним из приемов технологии современного мифотворчества можно назвать *использование «вечных сюжетов» (мифологем)*, прошедших испытание временем и поэтому хорошо воспринимаемых людьми. Мифологемы используются в различных видах искусства и их жанрах, культурных (политических, религиозных, научных, экономических) текстах. Благодаря им обеспечивается «рейтинг популярности» как самим заказчикам (политикам, ученым, общественным деятелям и медийным лицам), так и СМИ (теле- и радиоканалам, газетам и журналам). Среди распространенных «вечных сюжетов» современности можно назвать повествования о первочеловеке, Женщине-судьбе, Золотом веке, Рае и Аде, катастрофах, мировом заговоре, борьбе за власть, трикстерах, внеземных цивилизациях и войнах между ними, противостоянии дьявольского и ангельского, супермене-одиночке, ведущем борьбу за Добро и Справедливость, Принце и нищем, меняющихся своими ролями, Золушке, превращающейся в принцессу.

Любой сотворенный миф о событии или герое требует ритуального подтверждения своей значимости. Поэтому другим элементом технологии мифотворчества можно назвать *обрядовость* или *ритуальность*. Например, обрядовая сторона политического мифа воплощается в форме ритуалов, которыми обставляются различные мероприятия определенной исторической эпохи. Особенно наглядно это демонстрировалось в тоталитарном государстве, где все бытие человека буквально захлестывала волна ритуалов: они были регулярны, упорядочены, систематичны, а пренебрежение ими рассматривалось как преступление против богоподобного вождя и его государства. Эффективность постоянно «разыгрывающихся» ритуалов проявлялась в том, что они поддерживали основной идеологический миф, усыпляя при этом личностное чувство и индивидуальную ответственность граждан, их активность, принципиальность и критичность суждения. До сих пор в сфере политики ритуалы используются как средство возвеличивания власти, принуждения и навязывания человеку определенных правил действия. При этом необходимо заметить, что именно политические обряды напоминают человеку об истории его народа, позволяя проявлять чувство единения с коллективом, гражданскую позицию и патриотичность (вспомним День взятия Бастилии, ежегодно отмечаемый во Франции или День независимости США). Это обстоятельство способствует тому, что некоторые ритуалы, модернизируясь, заимствуются из прошлого. Так, в современной России многие праздничные ритуалы прошлой эпохи, пережив определенные трансформации, сохранились (День Октябрьской революции / День народного единства, День Победы, профессиональные и сельскохозяйственные праздники), а к ним добавились новые политические праздники (День России, независимости, инаугурации). Значимыми остаются даты рождения харизматических (не только политических) личностей, памятные даты, связанные с открытиями в различных областях науки и культуры. Вспомнили в России и об этнорелигиозных праздниках (Рождество, Крещение, Пасха, масленица, Сабантуй, Ураза-Байрам, Курбан-Байрам). Помимо этого в современности мы встречаем отголоски модернизированного обряда инициации: например, посвящение в студенты или молодые специалисты является распространенным мероприятием практически во всех учебно-производственных структурах, имеющих свою традицию. Иницируемые проходят своеобразные, наполненные символическим смыслом, испытания («огонь, воду и медные трубы»), после чего их считают полноправными членами коллектива. Подобные ритуалы дают возможность человеку почувствовать причастность к истории и народу, коллективную солидарность и сплоченность, что помогает преодолеть одиночество и отчужденность.

Ключевой составляющей ритуальной стороны технологии мифотворчества можно назвать *идолопоклонство*. Современные герои и лидеры, вообразив себя богами и небожителями, выступают в качестве идолов, требующих, как в древности, поклонения. Так возникает культ поклонения герою, связанный с выполнением определенных ритуалов: вхождение в клуб фанатов, коллекционирование атрибутики и информации, экстатический восторг при упоминании имени или его появлении, впадение, нередкое, в массовый транс при похоронах (вспомним похороны В. Высоцкого, В. Цоя, М. Джексона и др.). Сами «звезды», например, музыкального Олимпа, подтверждают свою божественность составлением подробнейшего райдер-листа, в котором указывают перечень своих, отнюдь не скромных, требований к встречающим их организаторам выступлений, тем самым утверждая идею идолопоклонства себе. Сегодня черты идолопоклонства можно обнаружить в среде фанатов спортивных клубов, определенных артистов или харизматических (политических, экономических, религиозных, научных и других) личностей.

Усиливает элемент идолопоклонства, подчеркивая сакральность и чудодейственность любой значимой личности, имидж. В основе *техники создания имиджа* лежит навязывание эмоционально-ассоциативных клише. Имидж всегда связан с игрой воображения, включая не столько естественные свойства личности, сколько специально наработанные, творчески созданные [3, с. 369-381] с помощью PR-технологий [6, с. 20]. В связи с этим имидж наделяет объект дополнительными мифологическими характеристиками, стремясь выделить его из ряда других, похожих. Говоря словами А. Ф. Лосева, объект наделяется чудесностью. Но при этом сегодня в качестве чудесного и выдающегося в имидже все чаще царит «наглость непристойного» [Цит. по: 2, с. 137]. Именно раскрученной непристойностью восхищается, аплодируя, огромное количество людей (вспомним реалити-шоу, например, «Дом-1», «Дом-2», «Слабое звено» и другие, занимающие первые строчки в рейтингах популярности).

Необходимо заметить, что имидж создает определенную социально-психологическую установку, воспринимаемую зрителями как результат собственного видения, а не как нечто, навязанное извне. Именно эти свойства имиджа дают возможность пропаганде, идеологии, массовой культуре использовать его как инструмент манипулирования сознанием. Но имидж превращает человека в обезличенного, «частичного человека», обладающего «пустым», «без свойств» телом: «сейчас “человек без свойств” интенсивно культивируется» [5, с. 42] благодаря визуально-экранной культуре. Дело в том, что техническая реальность экранов и поверхностей создает копии человека, которые оказываются значительно лучше оригинала. Человек как естественная личность умирает, рождая искусственного персонажа, даже симулякр, живущего театрально, напоказ.

Стиранию грани между естественным и искусственным в человеке во многом способствует индустрия моды. Облик современного персонажа, «звезды ничего», «собирают» огромное количество людей: пластические хирурги и косметологи, визажисты и парикмахеры, модельеры и стилисты. Более того, сами мифотехнологи, используя компьютерную графику, «подгоняют» под заданные современные стандарты облик звезды, исполняя ее прихоти и капризы. В результате одна звезда выступает калькой с имиджа другой, теряется неповторимость личности, и без соответствующей подписи невозможно ни по голосу, ни по внешности их отличить (например, сегодняшняя Валерия и Таисия Повалий, Наталья Водянова и Глюк'оZa оказываются практически на одно лицо). Все становятся одинаковыми, сошедшими с одного конвейера «сборки»: гламурными, искусственными и далекими от своего природного естества. Тем не менее, для множества людей постоянно мелькающие медийные лица выступают в качестве эталона для подражания. Это способствует усилению в современности субъективно-индивидуального момента, дающего каждому человеку возможность создания мифа о себе самом и, тем самым, возведения себя в ранг Бога (Богини). Начинает превалировать принцип: каждый человек – миф, а каждый миф – это человек.

Усиливает эффективность внедрения технологии современного мифотворчества (использование «вечных сюжетов», обрядовость, идолопоклонство, техника создания имиджа) *элемент визуализации*. Дело в том, что современная эпоха – это «эпоха образа», имеющая безграничные возможности благодаря визуализации любой культурной сферы и ее составляющих. Элемент визуализации изменяет принцип конструирования образа и его восприятия. Созданный с помощью техники видеообраз активен: его можно рассмотреть во всей полноте, со всех сторон и удержать в памяти. При этом образ одновременно похож и не похож на собственную реальность: в нем все подгоняется под современный модный стандарт, намеренно утрируются либо его эстетические, либо безобразные качества, тем самым позволяя манипулировать зрительским восприятием и преобразовывать его. Сегодня сфера образов отовсюду атакует человека посредством СМИ, рекламы. Любые «вечные сюжеты», ритуалы и обряды, идолопоклонство и имидж иллюстрируются эффективным видеорядом.

Визуальный компонент связан с использованием определенных технических приемов, усиливающих мифическое. На сегодняшний день среди них можно выделить *морфинг* (постепенная деформация объекта в результате чего он превращается, трансформируется в другой) и *компоузинг* (оптический эффект иллюзии непрерывности, пространственного перехода без «швов», показа «следа» от предыдущего кадра, анимирования тени, «заморозки» движения). Компьютерная графика стирает грань реального и фантазийного. В современности снимаются ремейки идолов прошлого с применением эффекта омоложения актеров или сюжеты с «фантомными персонажами», позволяющими обходиться вообще без актеров. Создаются научно-популярные фильмы-реконструкции с «оживленными» животными или персонажами прошлого, вследствие этого сегодня невозможно провести четкой границы между анимацией, художественными кинолентами и действительным положением дел. Кинематограф и реклама активно используют новейшие технологии в виде компьютерных «окон», с помощью которых можно одновременно показать несколько сюжетных линий или вариантов развития сюжета, реальный мир и воображаемый, прошлое, настоящее и будущее, юность и старость героя.

Визуализация культуры способствует возникновению особой эстетики – *эстетики полиэкрана*, благодаря которой телевизор, постоянно переключаемые каналы, опираясь на свой вкус и настроение, создает «собственную передачу». В результате формируется новая мифологическая реальность, далекая от действительности, но воспринимаемая как истина (заметим, «у каждого своя»).

Элемент визуализации современного мифотворчества поддерживается *эмоциональной стороной языка*. Для привлекательности мифа и его успешного внедрения технологи создают новые слова, а в старых – нередко изменяют либо искажают смысл. При этом слова и фразы попутно насыщаются чувством и неистовыми эмоциями. В культурное поле попадает огромное количество иностранных слов, чей смысл для большинства остается неясным. Люди «кидаются» на эффектность иностранного слова, значение которого их совсем не интересует. Эти слова постепенно захватывают культурное пространство, вытесняя привычные слова «великого русского языка», который в итоге оказывается поверженным.

Наиболее ярко эмоционально-убеждающая сила слова представлена в политических кампаниях, материалах СМИ, рекламе. Так, создатели рекламных слоганов исходят из того, что реклама является «двигателем торговли». Они понимают, что востребованным становится «умение подавать “товар” лицом, найти нужные формулировки и формы рекламы» [1]. Поэтому, преследуя ключевую цель, они сочиняют броские, легко запоминаемые, буквально вьдающиеся в память слоганы, призывающие обратить внимание и купить определенный товар. При этом сочинителей слоганов не беспокоит качество рекламируемых товаров: этический аспект проблемы снимается. Более того, их не волнует и смысл слогана, часто опускающийся до «нулевой степени». Здесь в игру вступают другие законы, связанные с экономической подоплекой и культом денег. В рекламе людям предлагается гиперэстетичная, гламурированная «правда о лжи» или «ложь о правде», завораживающая своим эффектно поданным образом и сопровождающим его слоганом с употреблением непонятных или искаженных слов, но обладающим эмоциональной энергетикой. В рекламных текстах эмоциональный акцент слова сделан на значимых доминантах человеческого бытия: например, чувстве удовольствия («*Nissan Almera*. Удовольствие без промедления»), престиже («*Ford Excursion*. Символ вашего превосходства»), имидже («Ты лучше!», «*Toyota*. Управляй мечтой»), современности («*Audi*. Превосходство высоких технологий», «В ритме *Vogue*»), эротизме («Идеальные формы всегда с Вами»). Привлекательными становятся слоганы с игрой слов: «Вольному – *Volvo*», «“*Salamander*”: каждой паре по паре», «“Доктор Мом”: песня болезни будет недолгой». Популярностью пользуются слоганы, обращенные на вкусовые ощущения («“*Mars*” – все будет в шоколаде»), а также эксплуатирующие юмористическую ноту и поднимающие человеку настроение («*Xerox*. Мы научили мир копировать»).

Эксплуатируя эмоциональную сторону языка, мифотехнологи вводят в «вечные сюжеты» *предсказание будущего*: пророчество стало существенным элементом создания новой мифологической реальности. Это связано с тем, что мифотехнологи усвоили психологический прием, согласно которому масса легче управляема не физическими методами, а силой воображения. Поэтому предсказание будущего мы встречаем во всем культурном пространстве: в политическом, религиозном и научном мифотворчестве, произведениях искусства и рекламе. При этом в зависимости от установки будущее рисуется либо в качестве «золотого века», либо в пессимистически-мрачных тонах, связанных с эсхатологическими идеями (идеи «конца света»). Наиболее ярко одновременное использование противоположных вариантов будущего было заявлено в избирательной политической кампании В. Путина. Не теряют своей популярности у людей и эсхатологические мифологемы. Заметим, идеи о конце света активизируются в связи с переходными периодами, войнами, техногенными катастрофами, природными катаклизмами, что сегодня не редкость.

Подводя итоги, необходимо подчеркнуть: современный миф представляет собой специально созданную, рациональную, хорошо продуманную конструкцию, призванную объединять людей, воодушевлять, стимулировать и направлять их действия. Технология мифотворчества, включающая в себя опору на «вечные сюжеты», обрядовость, идолопоклонство, визуализацию, создание имиджа, эмоциональную роль слова и предсказания будущего, оказывает завораживающе-парализующее воздействие на людей. Современный миф не требует от воспринимающих его людей рефлексивности: он воплощает праздничную и праздную бездумность, формируя пассивный тип потребителя. Люди начинают действовать как марионетки в кукольном представлении, жизнью которых управляют и дергают за веревочки какие-либо лидеры или их мифотехнологи. Утрачивая ощущение индивидуальности, человек, подвергшийся манипуляции путем технологии мифотворчества, начинает действовать, мыслить и чувствовать в определенном, заданном русле. Именно подобного эффекта добиваются создатели мифов, стараясь лишить людей ощущения реальности, собственной неповторимости и персональной ответственности, свободы и независимости мышления. Сама технология современного мифотворчества способствует тому, что миф выступает выгодным и актуальным конструктом во всех областях культуры, имеющим мощное воздействие на умы и души современности. Совокупное воздействие элементов технологии современного мифотворчества формирует в обществе определенный тип мышления, на основе которого создается представление и мнение об определенной эпохе, явлении или каком-либо деятеле. По этому поводу справедливо замечание В. Мединского, который подчеркивает, что «с помощью PR-технологий можно беса представить ангелом, и наоборот» [6, с. 19].

Благодаря применению технологии миф может быть как феномен, показывающий себя (по М. Хайдеггеру, «себя-в-себе-само-показывающее»), так и феномен, нечто кажущий (по М. Хайдеггеру, «себя-так-само-по-себе-кажущее»). То есть миф становится формой культуры, в которой заложены как положительные, так и отрицательные импульсы. Здесь многое зависит от заказчика и личности мифотехнолога, создающих новую реальность и задающих ей направление развития. Если их образ будет копией главного героя романа У. Эко «Пражское кладбище» Симонино Симонини – человека, чьи способности к мифотворчеству переплетаются с суеверностью, ограниченностью, аморальностью, коварностью, меркантильностью, то на будущем лежит печать раздора, смут, войн, сфабрикованных фальсификаций, не имеющих исторической достоверности [7]. Реальность исчезнет. Ведь в результате технологического создания и внедрения мифов в сознание огромного количества людей размывается и даже исчезает действительность: человек начинает жить в созданной мифологизированной реальности, рассматривая все через призму навязанных ему мифов, радуясь этому и не решая проблем действительности. Знание технологии современного мифотворчества снимает флер чудесности, возвращая человека в лоно рационального и реального восприятия окружающего мира. Благодаря этому знанию человек может провести демаркационную линию между мифом и реальностью, выдуманным и действительным.

Список литературы

1. **Акопян К.** Шлягеризация науки [Электронный ресурс] // Отечественные записки. URL: http://magazines.russ.ru/oz/2002/7/2002_07_43.html (дата обращения: 25.04. 2011).
2. **Гиренок Ф.** Удовольствие мыслить иначе. М.: Академический проект, 2010. 235 с.
3. **Гуревич П. С.** Социальные мифы // Реклама: внушение и манипуляция. Медиа-ориентированный подход. Самара: Изд. дом «Бахрах-М», 2007. С. 369-381.
4. **Кассирер Э.** Политические мифы // Реклама: внушение и манипуляция. Медиа-ориентированный подход. Самара: Изд. дом «Бахрах-М», 2007. С. 382-394.
5. **Кутырев В. А.** Философия постмодернизма. Н. Новгород: Изд. Волго-Вятской академии гос. службы, 2006. 95 с.
6. **Мединский В.** Особенности национального пиара. PRавдивая история Руси от Рюрика до Петра. М.: ОЛМА; Медиа Групп, 2010. 624 с.
7. **Эко У.** Пражское кладбище. М.: Астрель, 2012. 560 с.

TECHNOLOGY OF MODERN MYTH-MAKING

Elena Lyudvigovna Yakovleva, Ph. D. in Culturology, Associate Professor
Department of Philosophy
Institute of Economics, Management and Law in Kazan'
mifoigra@mail.ru

The author studies the myth-making technology of modern times, which main components include the use of “eternal plot”, the creation of certain rites, idolatry, the involvement of visual component, emphasizing the emotional side of language, the predictions of the future, and tells that the knowledge of myth-making technology allows distinguishing between real and imaginary.

Key words and phrases: technology; myth-technologies; mythologeme; ceremonialism; idolatry; image; visualization.