

**VII. Політичні технології**

УДК 32.019.5

**Михальчишина Н. В.\****Аспірантка кафедри політології Київського національного університету імені Тараса Шевченка***ОСОБЛИВОСТІ КОНСТРУЮВАННЯ ПОЛІТИЧНИХ МІФІВ**

Аналізуються основні способи творення політичних міфів. Здійснено порівняння процесу творення міфів в тоталітарному та демократичному суспільства. Розкрито роль засобів масової інформації в їх конструюванні.

Ключові слова: *політичний міф, міфологізація, архетип, символ, засоби масової інформації.*

У сучасному світі як і декілька тисячоліть тому люди активно творять і використовують міфи. Значущість політичних міфів зростає у зв'язку з тим, що суспільне буття і суспільна свідомість перетворюють будь-які явища і події на цінності символічного світу. Міфотворчість стала однією з сутнісних ознак мислення людини, а існування особистості у просторі наповненому політичними міфами — характерне явище суспільно-політичного життя. За таких обставин політика стає сферою нової реальності де використовуються певні технології, в тому числі і політичні міфи. Стрімко розвиваючись, засоби масової інформації стали відігравати провідну роль у процесі міфотворчості. У зв'язку з цим виникає необхідність осмислення такого складного явища, як політичний міф через звернення до його структурних компонентів та технік творення.

Тема політичного міфу є предметом багатьох досліджень як вітчизняних так і закордонних авторів. Починаючи з XIX століття вона стала активно розроблятися науковцями. Щодо сутності та місця політичного міфу, серед зарубіжних дослідників, варто відзначити, ґрунтовні роботи німецьких філософів Е. Кассіра «Технологія сучасних політичних міфів» та К. Хюбнера «Істина міфу», й французького дослідника Р. Барта «Міфології», К. Флада «Політичний міф: теоретичне дослідження». Зачіпають майже весь спектр проблем від ознак, структурних компонен-

тів до засобів творення і протидії міфу праці вітчизняних дослідників Ю. Шайгородського, Л. Павлюка, М. Головатого та Г. Почепцова. Серед російських дослідників детальними є роботи А. Цуладзе «Политическая мифология», А. Кол'єва «Політична міфологія: Реалізація соціального досвіду», В. Пивоев «Міф в системі культури», більш на прикладний аспект спрямовані праці Н. Шестова «Політичний міф тепер», В. Дубицької «Телебачення. Міфології в електронних засобах масової інформації».

Метою статті є визначення основних способів конструювання та засвоєння політичних міфів.

Політичний міф можна визначити як «цілісне, спрощене, переважно ірраціональне відображення в індивідуальній і масовій свідомості політичної реальності та основних суспільних цінностей; як своєрідний символічний засіб інтерпретації, моделювання світу і соціального життя; як інструмент реалізації конкретних політичних завдань: боротьби за владу, її легітимації, утвердження нової політичної ідеології тощо» [1, с. 8].

Політичний міф є специфічною формою створення і поширення інформації, яка базується на вірі, легенді, ідеологізації, теологізації, ідеалізації стосовно предмета міфу — події, соціальної сили, людини чи чогось надприродного (бог, герой тощо). Отже міф має своїх творців і споживачів [1, с. 94]. Суб'єктами політичної міфотворчості можуть виступати окремі політичні лідери, політичні угруповання, етнічні спільноти, органи державної влади тощо.

Існують різні теоретичні підходи до розкриття механізмів міфотворення. Так, К. Леві-Строс у структурній теорії міфу таким механізмом, вважає виявлення сукупності несвідомих логічних операцій та інструментів для вирішення світоглядних суперечностей. При цьому так звана міфологічна логіка досягає своїх цілей ненароком, обхідним шляхом, способом «бриколажу» (відскоком, рикошетом) [1, с. 83].

Е. Кассіерер описуючи техніку міфу на прикладі Німеччини виокремив три основні кроки:

І. «Зміна функцій мови із семантичної на магічну. Магічне слово не описує речі чи відношення між речами; але прагне виробляти дії і вимірювати явища природи. Наші звичайні слова наділені значеннями, але ці, знову створені слова наділені емоціями і руйнівними пристрастями.

II. Ефект слова має підкріплюватися введенням нових ритуалів. Розігрування одних і тих же ритуалів примушує спати нашу критичну принциповість.

III. Міфи не починають з того, що санкціонують чи забороняють якісь дії. Вони спочатку змінюють людей, щоб потім мати можливість регулювати і контролювати їх дії... Люди переможені і підкорені ще до того, як виявляються здатними усвідомити, що ж насправді відбулось» [2, с. 585].

Зміну мови яскраво описав Р. Барт. Він писав: «Означуване пусте, тоді як знак повний, він представляє собою смисл. Візьмемо чорний камінь — я можу по різному наділяти його значеннями, але він всього лише означуване; проте якщо я надам йому раз і назавжди деяке певне означення (наприклад смертний вирок при таємному голосуванні), то він стає знаком» [3, с. 238]. Міфічне поняття відчужує первинний сенс, утворюючи якісно змінену «викрадену мову». Первинний сенс перетворюється на фон або форму, що підміняє мову метомовою міфу, відірваного від реальності. Оскільки більшості людей важко розрізнити знак і зазначене, сенс і форму, старий і новий знак, первинний і вторинний сенс міняються місцями і міфічне значення сприймається як факт, вторинна семіотична система — як система фактів. Так народжуються політичні міфи, що заповнюють сучасну історію.

Найбільш дієвим засобом політичної мови є маніпулювання термінами, чи «ярликами», які накладаються на політичних опонентів. В засобах масової інформації не рідко зустрічаються повідомлення, що містять оцінку розумових здатностей та індивідуальних характеристик відомих політиків. Вони, зазвичай, викликають презирство і глузування. Часто накладання «ярлика», як певної негативної характеристики, переростає в стереотип.

Міфи творяться як в закритому суспільстві (типу тоталітаризму), так і у відкритому. Проте методи створення та їхня специфіка залежать від характеристики інформаційного простору. Закритому суспільству набагато легше будувати свій міф, оскільки відбувається концентрація потоків знань; воно володіє замкненим інформаційним циклом, де модель життя батьків повторюють наступні покоління. Відкрите суспільство формується на межі старої та нової інформації, тут дозволене протиріччя між ними. Міфи створюються в умовах надлишку інформації і плюралізму думок. Авторитарна держава спирається на міф про державу; демократична — на міфологію «прав людини».

В тоталітарному суспільстві механізми творення міфів доволі одноманітні: ідеологізація дійсності, сакралізація й хариматизація вождів, героїзація подій і дій окремих історичних постатей, визначення ідеалу нової людини, звернення до низьких інстинктів і психології мас, опора на тверду владу й насильство, боротьба проти «спільного ворога». Образ ворога підтримується ЗМІ та отримує своє втілення в літературі та мистецтві. Тут з політичною міфологією пов'язаний особливий механізм управління людьми: вони повинні не просто боятись покарання і виконувати накази, але і щиро вірити в необхідність і справедливість такого положення речей, яке передбачає певні жертви.

У першій половині ХХ століття тоталітарні держави ефективно використовували кіно для створення політичних міфів. Проте його можливості явно переоцінювалися. Показовими в цьому плані є дуже дорогі фільми фашистської Німеччини, які знімалися в період Другої світової війни. Їх режисери були відомими, поважними людьми в суспільстві, їм дозволялось використовувати у зйомках військовополонених, а коли того вимагав сценарій, навіть вбивати їх.

Модернізованою технологією сучасних політичних міфів є симуляція масової демократії. Це штучна апеляція до суспільної свідомості за допомогою маніпуляції рейтингами. Недостовірні рейтинги виступають штучними моделями реальної думки широких мас, які нібито «оживляють» експерти, що своїм авторитетом надають їм правдивості. Саме процес засвоєння міфів за допомогою авторитету оповідача описував англійський політолог К. Флад. Він вказував на те, що авторитет у розповіді з'явиться тоді, коли він буде представлений у відповідній формі, відповідним оповідачем (групою оповідачів), у відповідному історичному, соціальному, ідеологічному контексті. Міра вільно варіювати інтерпретації сприйнятого або ставити під сумнів окремі його елементи, в аудиторії, поза всяким сумнівом, буде залежати від цілого ряду якостей, притаманних даній суспільній групі, типу ідеологічної маркування і віддзеркаленими в тексті аспектам ідеології. Чим більше різниця в ідеологічній орієнтації, тобто чим менше збігаються позиції автора і його адресатів, тим більша ймовірність відторгнення [4].

Політикові, щоб стати міфологічним персонажем, потрібно створити легенду героя, де важливе місце займають незвичайне походження, переломний момент біографії, перешкоди і випробування на шляху. Незвичайне походження можна створити на основі архетипу «попелюшки», наприклад, після французької революції герої «боже-

ственного» походження не мали шансів отримати прихильність мас, навпаки, герой демократичного міфу Нового часу мав найнижче походження. Переломний момент біографії, як правило проявляється через зовні незначний епізод, — з «буденності виростає чудо».

Герой діє в особливому просторі, він не шукає легких шляхів. У нього завжди має бути особлива якість, яка виділяє його серед інших. Також він має смертельного ворога, якого повинен перемагти. Герой має робити виключні вчинки — подвиги в ім'я якоїсь благородної мети.

При створенні образу особистості міф бере до уваги лише форму, відсікаючи зайві деталі. Наприклад, якщо розглядати таку яскраву постать як Й. Сталін, то всі ми зрозуміємо, що у цієї особистості була біографія, певні якості, бажання тощо, але при побудові образу реальну біографію було очищено від зайвих деталей і взято ім'я «Сталін» яке втілювало поняття єдності, дисципліни. На виході отримали — значення, тобто сакралізованого Сталіна — земного Бога, геніального вождя і вчителя. В цьому прикладі яскраво проілюстровано зміну значення про яку писав Р. Барт [3].

Архетипний образ надлюдини, як реальної постаті, наділеної певними особистісними суперякостями, посідає одне з найважливіших місць у політичній міфології. Віра в месію, в швидкі і правильні зміни особливо характерні для України і східної Європи загалом. Рятівник — це могутній архетип, оскільки він відповідає надіям людей на краще майбутнє. Наприклад такою ідеєю для України в останній період часу стала Європа.

Загалом, активізація міфотворчості в демократичному суспільстві припадає на періоди виборчих кампаній. Г. Почепцов пояснює це тим, що міф у передвиборчому процесі виконує ряд важливих функцій:

Міф формує певну модель поведінки, пропонує людям приклад для наслідування;

Через міф нам повідомляється, яким чином щось відбулося чи відбувається;

Міф допомагає вирішити головне завдання передвиборчої кампанії — окреслити межі «свого» і «чужого», чітко зафіксувавши у свідомості виборців опозиційні сили [5, с. 55].

Підчас передвиборчої кампанії часто використовуються такі види міфів: як «міф про свого хлопця», про «героя — месію» та про «лінії долі». В основі міфу «про свого хлопця» є ідентифікація кандидата з виборцями, адже частина електорату хотіла б побачити серед політич-

них діячів одного зі «своїх», вони впевнені в тому, що і куховарка може керувати державою. Міф про «героя-месію» передбачає уявлення про лідера як героїчного спасителя, що здатен вирішити проблеми і кардинально змінити на краще ситуацію, що склалася. В контексті цього міфу розгортається міф «про ворога», якого має подолати герой. Міф про «лінії долі» — головною ідеєю тут виступає важливість певної дії людини, будь-кий вчинок особи може стати визначальним у житті, не можна впадати у відчай і пливти за течією, треба вміти перемагати, і перш за все самого себе, тоді ти зміниш долю. Певні надії політичні технологи покладають також на міф про те, що «переможець вже відомий» («від мого голосу вже нічого не залежить»); вибудовується він з залученням авторитетних людей та опитувань громадської думки.

Українська практика свідчить, що не завжди участь суб'єкта виборчого процесу в перегонах має за мету перемогу її учасника. Інколи ця участь спрямовується на забезпечення маніпулятивної технології, підтримку певної міфологічної конструкції, вибудованої на користь іншого учасника виборчих перегонів.

Щодо застосування міфу у формуванні іміджу певного політичного актора Г. Почепцов писав: «Міф з'являється перед нами як сценарій розгортання іміджу, у якому відразу заповнюються до цього порожні ролі друзів і ворогів головного героя» [6, с. 117].

Закріплюється політичний міф в ритуалі. Завдяки їм політики, що реально не доступні виборцям, створюють ілюзію близькості з народом. Як зазначає Л. Харченко, «природа ритуалу є архаїчною, доказом чого є повторюваність універсальних сюжетів, сценаріїв, моделей, соціальної і політичної поведінки. Політичний ритуал є циклічним, він розгортається відповідно до етапів становлення соціальної групи, спільноти, містить у собі універсальні й необхідні для даної стадії групового розвитку схеми й моделі поведінки» [7].

Авторитет вождя, в ритуалі, підкріплюється парадом символів: прапорами, алегоріями, гімнами, гаслами, музикою. Без символів, шанобливих або руйнованих, не може бути активності мас. Ярлики закріплюють ідеї і образ ворога, свято символів готує людей до нової ідентичності.

Ю.Ж. Шайгородський виділяє три основні функції які виконує ритуал як втілювач міфотворчості:

1) політичної соціалізації, що окреслює місце індивіда в певній політичній картині світу;

- 2) повідомлення-твердження про тих, хто при владі;
- 3) політичної комунікації в міждержавних стосунках [1].

До головних ритуалів належать ритуали боротьби за владу (страйки, голодування, бунти, революції) і ритуали втримання влади (зміцнення чинного порядку, підтвердження непорушності системи, економічного, ідеологічного, соціального, культурного устрою суспільства й політичного режиму).

В сучасній політиці слава героя дорівнює рейтингу. Падіння рейтингу — сигнал для політика: пора здійснювати нові подвиги. Якщо нема реальних ворогів, то політичний міф дозволяє боротися з вигаданими. Серед технологій конструювання міфічних ворогів особливе значення має «теорія змови», перевагою якої є те, що її критика може лише укріпити віру прихильників. «Теорія змови» вже за своєю суттю є продуктом міфологічної свідомості, оскільки в ній завжди присутні персонажі міфу: злодії-шкідники, жертви, а також герой, що розкриває змову і бореться з ворогами.

Проте, політику щоб стати героєм на довгий період часу, треба не просто створити деяку концепцію, але і вписатись в якийсь національний, вічний міф. Адже політичний міф тісно пов'язаний з культом і традицією, розшифровка міфу, виявлення його сюжетного задуму завжди припускає фіксацію паралелей з класичними міфами.

Для створення і відтворення політичних міфів використовуються соціальні інститути (церква, освітні заклади, традиції та ін.), провідну роль серед яких займають засоби масової інформації. Завдяки ним певні міфологеми поширюються в суспільстві, їх носіями стає велика кількість людей. ЗМІ, як найважливіший елемент масової комунікації, здійснюють маніпулювання за допомогою методів підсвідомого стимулювання, коли ставлення аудиторії до тих чи інших явищ формується за допомогою стандартизованих спрощених уявлень, які «вживлюються» в потік організованих новин, автоматично викликаючи в масовій свідомості негативну чи позитивну реакцію на конкретну подію.

Модель механізму впливу телевізійного політичного міфу на мотивацію політичного вибору індивіда може виглядати так: абстрактні значущі образи, які є малоінформативними, але достатньою мірою привабливими для індивіда, породжують високий рівень узагальнених очікувань; поява останніх, своєю чергою, запускатиме емоції, які спрямовуватимуть поведінку на прихильність до тієї політичної сили, повідомлення якої зумовило виникнення таких очікувань.

Інколи використовується негативне нагнітання атмосфери через телебачення, що веде до пригніченості і соціальної пасивності глядачів. Це ніби вакцинація населення, адже результатом тривалого нагнітання негативних емоцій є притупленість сприйняття навіть дійсно трагічних подій.

Відомий канадський філософ М. Маклюен вважав, що телебачення міфологізує людське спілкування. Притаманна телебаченню зміна картинок приводить до того, що єдиним способом об'єднання різних частин інформаційної мозаїки є міф.

Проте, закони ЗМІ такі, що журналістика також вимушена підстроюватися і під настрій маси. Саме тому інтонація і символічний ряд швидко змінюються. Архетип, так чи інакше проявляє себе в замовленні публіки, яке журналісти не можуть ігнорувати.

Кожен вид ЗМІ має свої способи дії на аудиторію. Наприклад, телебачення бере глядача картинкою, візуальними образами. Щоб зрозуміти силу дії картинки, досить провести простий експеримент — спробувати слухати телевізійні новини, не дивлячись телевизор. Таким чином, кожен вид ЗМІ має свої унікальні особливості, що дозволяють йому впливати на аудиторію. Телебачення безсиле без картинки, журнал без яскравих ілюстрацій і надрукованого тексту і т. д.

На сучасному етапі також не малу роль в поширенні політичних міфів відіграє інтернет. Ю. Ж. Шайгородський, зазначав: «Міфологічній свідомості на різних етапах розвитку суспільства притаманні певні специфічні ознаки. Зокрема, комп'ютеризація сучасного суспільства обумовлює розвиток віртуального світу з властивими йому міфами» [1, с. 76]. Віртуальність творчо комбінує різні явища, які в реальному житті не представлені разом. Вона дозволяє поєднувати речі, які, на перший погляд, не мають нічого спільного. «Віртуал» став своєрідним споживачем інформації, яка формує відповідний «віртуальний дискурс» [1, с. 102]. Миттєвість надання інформації відкриває нові можливості для домислів, можливості викривлення фактів, але не зважаючи на те, що з часом вона може бути спростованими, мета фальсифікації все одно з легкістю досягається, оскільки первинна інформація завжди залишає глибокий слід.

Засоби масової інформації виконують також роль розповсюджувача політичної реклами, яка виконує не останню роль у формуванні та поширенні політичних міфів. Основними міфологемами, які використовуються в політичній рекламі, стають дихотомії «втрата-здобутки»,



«руйнування-відродження», а також міфологічні герої, символічні предмети тощо.

Іноді, щоб викривити картину дійсності не обов'язково викривлювати факти, достатньо їх змовчувати чи профільтувати зробивши акценти на потрібній інформації. крім того, люди самі схильні викривлювати політичну інформацію, спрощуючи і пристосовуючи її до зрозумілих їм схем, роблячи її впізнаваною і усуваючи внутрішні протиріччя.

Слабкість ЗМІ в тому, що вони не створюють цілісного міфу, що саморозвивається. Вони використовують суміш з фрагментів різних міфологічних сюжетів. З їх допомогою масу можна мобілізувати тільки на дуже короткий час — наприклад, на період проведення важливого голосування.

Із зв'язаних і прийнятих масою міфосюжетів народжується віра — внутрішній контролер. Реальність міфу виникає саме у вірі.

Процес засвоєння міфу соціумом можна подати у вигляді такої послідовності: 1) наявність певної ідеологеми, 2) її не критичне сприйняття, 3) злиття міфологеми з реальністю 4) раціональне використання дій які були спровоковані таким сприйняттям.

Міфи можуть зазнати поразки лише тоді, коли масова свідомість замінюється індивідуальною, посилюються критичні настрої в суспільстві. Безумовно, на місце старих міфів прийдуть нові, але це мають бути міфи спрямовані на розвиток політичної свідомості, «коли міф починає втрачати характер колективного вірування і набуває форми методологічної основи теорії розвитку суспільства» [8, с. 99].

Протидіяти міфам і руйнувати їх доволі складно, для цього переважно використовують десакралізацію міфу і контр-міф. Причому контр-міф може будуватися за тими ж канонами, що й звичайний політичний міф.

Р. Барт запропонував «викрадати» сам міф, тобто створити вторинний міф. «Сила вторинного міфу в тому, що первинний міф розглядається в ньому як спостереження зсередини, наївна свідомість.» [3, с. 262]

Політика пов'язана з участю в міфологічних сутичках, які організують занурені в міфологічні простори люди. Їх суть — в боротьбі за збереження свого міфу і руйнування міфу того, що конкурує. «Свій» міф повинен перетворитися на домінуючий, «чужий» — викритий як брехливий і шкідливий. Отже, найбільш ефективна стратегія протидії міфу опонентів — його десакралізація, виявлення егоїстичних інтересів, що приховуються під мішурую фальшивих ідеалів. За опонентом

не повинно стояти нічого святого (містичного, таємничого), оскільки його міф — або злісна вигадка, або помилка, підступи лукавого.

Що стосується техніки захисту від міфів, то тут існує декілька стратегій. Варто зазначити, що вони можуть бути застосовані лише до технологічних політичних міфів, а не до вічних. Першою технікою — є ігнорування політики взагалі. Мозок встановлює свого роду фільтри, які відкидають всю політінформацію, що надходить. Проте від політики сховатися майже неможливо. Вона переслідує людей на кожному кроці. Інший шлях — зайняти тверді ідеологічні позиції. Але які б стратегії вибору не використовували виборці, їм завжди доведеться стикатися не з самими політиками і партіями, а з тим, як їх представляють ЗМІ. Тому, щоб не схибити, необхідно критично аналізувати повідомлення ЗМІ. Перше, що потрібно для цього зробити, — виключити з інформації емоційну складову.

У підсумку можна сказати, що політичний міф може формуватись як самим суспільством, так і бути штучно сконструйованим. При його побудові варто враховувати особливості функціонування та структурні компоненти міфу, відомі техніки його побудови та специфіку суспільства, наявну в ньому інформацію про об'єкт міфотворчості, види міфів та стереотипів, що в ньому вже існують.

### Список використаних джерел:

1. Шайгородський Ю. Ж. Політика: взаємодія реальності і міфу / Ю. Ж. Шайгородський. — К.: Знання України, 2009. — 400 с.
2. Кассирер Е. Техника современных политических мифов / Е. Кассирер [сост. проф. М. А. Васалик, доц. М. С. Вершин] // Политология: хрестоматия. — М.: Гардарики, 2000. — 843 с.
3. Барт Р. Мифологии / Р. Барт; пер. с франц. С. Зеникина. — М.: Сабашниковых, 1996. — 312 с.
4. Флад К. Политический миф: Теоретическое исследование / К. Флад. — М.: Прогресс, 2004. — 263 с.
5. Почепцов Г. Имидж от фараонов до президентов / Г. Почепцов. — К.: АДЕФ-Украина. — 1997. — 328 с.
6. Почепцов Г. Имиджелогия / Г. Почепцов. — И.: Рефл-бук: Ваклер, 2001. — 698 с.

7. Харченко Л. Міфотворчість як дієвий чинник суспільно-політичного життя / Л. Марченко // Вісник Львівського університету. Філософські науки.— 2003.— Вип. 5.— С. 191–199.
8. Петруччани А. Вымысел и поучение / А. Петруччани // Утопия и утопическое мышление: антология зарубежн. лит.: пер. с разн. яз. / [сост., общ ред. и предисл. В. А. Чаликовой]. — М.: Прогресс, 1991. — 405 с.
9. Головатий М. Ф. Політична міфологія: навчальний посібник / М. Ф. Головатий. — К.: МАУП, 2006. — 144 с.
10. Дубицкая В. П. Телевидение. Мифологии в электронных средствах массовой информации / В. П. Дубицкая. — М.: Института социологии РАН, 1998. — 144 с.
11. Кольев А. Н. Политическая мифология: Реализация социального опыта / А. Н. Кольев. — М.: Лотос, 2003. — 384 с.

Стаття надійшла до редакції 24.01.2013 р.

*Михальчишина Н. В.* Особенности конструирования политических мифов

Анализируются основные способы создания политических мифов. Проведено сравнение процессов создания мифов в тоталитарном и демократическом обществах. Раскрыто роль средств массовой информации в их конструировании.

Ключевые слова: *политический миф, мифологизация, архетип, символ, средства массовой информации.*

*Mykhalchyshyna N.* Features of creation of political myths

There is given the analysis of the main ways of creating political myths. There is also given the comparison of process of creation myths in democratic and totalitarian societies, and revealed the role of media in their design.

Keywords: *political myth, mythologization, archetype, symbol, media*