

ISSN 0131-5706

**Научно-
публицистический
журнал**

4/2013

РЕГИОНОЛОГИЯ



РЕГИОНОЛОГИЯ

Научно-
публицистический
журнал

Учредитель:
ФГБОУ ВПО «Мордовский
государственный
университет
им. Н.П. Огарёва»

Журнал издаётся
с октября 1992 г.

Выходит 1 раз
в квартал

4/2013
(№ 85)

СОДЕРЖАНИЕ

Теоретические проблемы регионологии

- 9 Ю. В. Ставропольский. Социологическая
регионология в Канаде
- 19 В. И. Антонова, О. В. Федотова, В. В. Ан-
тонова. Понятие «регион» в ракурсе ин-
формационной конвергенции

Политическое пространство региона и территориальное управление

- 28 А. В. Дахин, О. С. Данилова, В. П. Де-
нисов. Региональная политика модерни-
зации: административное пространство,
факторы, сценарии
- 41 Л. А. Васильева. Конструирование со-
ветского мифа вождизма и его транс-
лирование каналами средств массовой
информации

Региональные проблемы науки и образования

- 47 И. А. Иванова, А. С. Колантаева. Анализ
инновационной деятельности регионов
России
- 57 О. В. Савина. Развитие корпоративных
университетов в регионе
- 62 Е. А. Коваль. Нормативно-этическая ха-
рактеристика этнокультурного образо-
вания
- 69 Т. Н. Суконкина. Региональные аспекты
реализации этнокультурного образования
в начальной школе региона
- 76 Н. И. Наумкин, П. Н. Шекшаева, В. Ф. Ку-
пряшкин, Е. Н. Панюшкина. Педагогика
сотрудничества как технология методики
обучения инновационной деятельности в
региональных летних научных студен-
ческих школах
- 85 Круглый стол «Методология науки: проб-
лемы и перспективы развития»:
- 85 В. А. Писачкин. Интеграционность науки и
методологическая компетентность
- 88 В. В. Ильин. Проблема демаркации: гно-
сеология versus социология



Л. А. ВАСИЛЬЕВА

КОНСТРУИРОВАНИЕ СОВЕТСКОГО МИФА ВОЖДИЗМА И ЕГО ТРАНСЛИРОВАНИЕ КАНАЛАМИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Ключевые слова: миф, акторы, харизматический лидер, СМИ, миф вождизма

Key words: myth, actors, charismatic leader, mass media, leaderism myth

В статье дан анализ создания и трансляции советскими СМИ мифо-концептов, которые влияли на облик политической системы и лидеров политического режима.

The analysis of the establishment and the translation of mythic concepts influencing the image of the political system and political regime leaders by the Soviet mass media is presented in the article.

Атмосфера прославления вождей посредством СМИ окружала советского человека с самого рождения. Так воспитывались поколения, «беззаветно преданные делу коммунизма». По верному замечанию Х. Арндт, «перед тем как вожди масс приходят к власти, их пропаганда, в целях подгонки реальности под свою ложь, отличается особым презрением к фактам как таковым. По их мнению, факт полностью находился во власти человека, способного сфабриковать его»¹.

Отождествление в общественном сознании индивида и его мифического прототипа зависит от соответствия публичных действий этого индивида своему прототипу. Такое соответствие, по мнению В. Полосина, может достигаться двумя путями: «1) непосредственно — в случае констатации обществом прямого положительного результата личных действий индивида по реализации нравственного идеала: победа, триумф, сбывшееся предсказание; 2) опосредованно — через ритуально-символическое вхождение индивида в соответствующий миф»². Согласно классической типологии

ВАСИЛЬЕВА Людмила Алексеевна, профессор кафедры сервиса и туризма Дальневосточного федерального университета, кандидат исторических наук.

М. Вебера, «культ политических руководителей — составной элемент сакрализации власти. Он является воскрешением языческого идолопоклонства»³.

Советский герой — вождь; если не бог в прямом смысле этого слова, то создание высшего порядка. Наиболее распространенными в этом мифе были образы самой примитивной тотемической мифологии. В поисках адекватного сравнения самый главный человек эпохи обесчеловечивался, он приравнивался к солнцу, светочу. Мифы подвергались тщательной обработке и приспособлялись к требованиям времени. Высшие и низшие боги, верховный владыка в советском обществе обладали всей полнотой власти. Их описывали словами «великий», «гениальный», «титанический» и др. Авторитарному явлению, культу уделяется особое внимание, так как обожествление — доминантный элемент режима. Советские СМИ утверждали образ героя-вождя, абсолютно правильного лидера. Он, превращаясь в харизматического предводителя, примерял на себя судьбу мифического героя, а мифическая трансформация соответствовала стадиям развития личности. Толчком к усиленной мифологизации образа вождя во всех советских СМИ стало покушение на В. И. Ленина. Политически грамотно был использован повод — внушить населению правильность действий органов ОГПУ по поводу нападения на вождя. С сентября 1918 г. по октябрь 1919 г. в ходе «красного террора» были убиты 1,3 млн чел. При этом на страницах пролетарских газет тиражировался миф о сверхчеловеке, мыслителе, «земном боге» — Ленине. По мнению А. Цуладзе, «стержнем магического восприятия власти и ее верховного политекса 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»⁴.

Во времена правления И. В. Сталина большевистская пропаганда унифицировала культ вождя. Мифологические тексты содержали традиционные схемы пути становления героев. Н. Г. Щербинина характеризует эту ситуацию так: «Очередным змеборцем “на троне” стал Иосиф Сталин. Его драконоборческий имидж не был случайным или чисто рациональным техническим приемом вождизма, т. е. не носил исключительно камуфляжной нагрузки. Представляется, что,

напротив, в змеборчестве диктатора воплотился романтический дух сталинской личности»⁵. После разгрома оппозиции он и его соратники получили свободу политического маневра, в результате чего возникли предпосылки для культа вождя-героя. Его прообразом стала личность В. И. Ленина, уже превратившаяся в неосъезлемый институт общественной жизни в стране. Одним из политических мотивов было желание И. В. Сталина и его окружения укрепить свою власть в период, когда в стране начинали набирать темпы индустриализация и коллективизация. основополагающий тезис мифологии культа вождя афористично сформулировал А. Барбюс: «Сталин — это Ленин сегодня». Его харизма представляла собой динамическое сочетание из полярно противоположных и в то же время взаимосвязанных сфер, синтез мифологического и сознательного.

Для достижения личностью, государством, политическим движением статуса харизмы необходима была пропаганда. Особую систему убеждений можно считать идеологией харизмы. Харизматическая пропаганда — это распространение СМИ системы образов по созданию мифологического единства идеологии с реальной жизнью. Советская пресса транслировала миф, символ вождя и придерживалась этого мифа в течение целой эпохи от превознесения до его падения. Но вождь был талантливым актером и режиссером своих ролей: «Сталин поднимался до высот шекспировского театра. Его главное “достижение” — собственный автопортрет, созданный, вылепленный им, при соавторстве СМИ образ “отца всех народов”, “корифея всех наук”. Создать такой образ, поощрять и поддерживать свой культ — задача далеко не элементарная. Сталин решил ее блестяще»⁶. Он ассоциировался в сознании масс с определенным мифологическим героем, а психоэнергетизм «дьявольских» личностей вызывает психическое заражение. В сталинских мифах он уже был существом высшего порядка. Он — титан, почитаемый герой. Соответственно, почитание героя переходит в религиозный культ, ему молятся миллионы людей, он наделяется эпитетами («стали крепче имя твое», «солнца ярче слава твоя», «меда слаще слово твое», «сокол ясноокый» и др.).

Аутоэротизм владыки имел стойкую психофизиологическую основу (физические недостатки, оспины, сухорукость) и компенсировался славословием в его честь. Такой образ

соответствовал патриархальной и патримониальной мифо-символике.

Методы и приемы СМИ в пропаганде образа И. В. Сталина сводились к распространению и закреплению в сознании масс иллюзорного, параллельного, мифического образа вождя. На этом фоне объяснима ситуация с раздуванием «троцкистско-бухаринской опасности», так как дискредитировать своего политического противника Сталина нужно было и для фальсификации истории Октябрьской революции, Гражданской войны. Подобным мифам придавал характер действительности только тотальный страх перед «посадкой».

Без принесения жертвы не обходился ни один ритуал. 30 сентября 1928 г. в «Правде» появилась статья Н. И. Бухарина «Заметки экономиста», главной целью которой было показать, насколько догматичен Сталин в трактовке идей социалистического строительства. Н. И. Бухарин сделал вывод о том, что Сталин думает о сохранении не социализма, а собственной власти. Наоборот, его ставленникам надобно убирать тех, кто думает об этой экономике и подлинной диктатуре пролетариата (а не бюрократа). Ритуальное убийство было совершено, автор был принесен в жертву.

Пропагандистские установки советских СМИ опирались на систему координат «герой — антигерой». Это оправдывалось с точки зрения потребителей информации. По мнению Г. Печенцова, им было «необходимо зрелищное событие, отличное от его серых будней. Но не всякая неординарная ситуация представляет интерес с точки зрения государства, на нее необходимо наложить еще государственную ценность»⁷. Вчерашние герои становились героями показательных судов. Репортажи, статьи из залов суда занимали первые полосы всех центральных и местных изданий.

Мифоконцепты героев (вождей, транслируемых СМИ) проникали во все сферы жизни общества, так как пресса была повернута только в одну сторону и шла по дороге с односторонним движением (ежедневные фото, статьи, репортажи). Изменение порядка шло от вербального плана, визуальное пространство также организовывалось в виде улиц, площадей, памятников имени вождей. Когда Сталин решил переписать историю русской революции, то пропаганда его версии включала вместе с уничтожением ранних книг и документов и уничтожение их авторов и читателей⁸.

соответствовал патриархальной и патримониальной мифо-символике.

Методы и приемы СМИ в пропаганде образа И. В. Сталина сводились к распространению и закреплению в сознании масс иллюзорного, параллельного, мифического образа вождя. На этом фоне объяснима ситуация с раздуванием «троцкистско-бухаринской опасности», так как дискредитировать своего политического противника Сталина пужно было и для фальсификации истории Октябрьской революции, Гражданской войны. Подобным мифам придавал характер действительности только тотальный страх перед «посадкой».

Без принесения жертвы не обходился ни один ритуал. 30 сентября 1928 г. в «Правде» появилась статья Н. И. Бухарина «Заметки экономиста», главной целью которой было показать, насколько догматичен Сталин в трактовке идей социалистического строительства. Н. И. Бухарин сделал вывод о том, что Сталин думает о сохранении не социализма, а собственной власти. Наоборот, его ставленникам надобно убирать тех, кто думает об этой экономике и подлинной диктатуре пролетариата (а не бюрократа). Ритуальное убийство было совершено, автор был принесен в жертву.

Пропагандистские установки советских СМИ опирались на систему координат «герой — антигерой». Это оправдывалось с точки зрения потребителей информации. По мнению Г. Поченцова, им было «необходимо зрелищное событие, отличное от его серых будней. Но не всякая неординарная ситуация представляет интерес с точки зрения государства, на нее необходимо наложить еще государственную ценность»⁷. Вчерашние герои становились героями показательных судов. Репортажи, статьи из залов суда занимали первые полосы всех центральных и местных изданий.

Мифоконцепты героев (вождей, транслируемых СМИ) проникали во все сферы жизни общества, так как пресса была повернута только в одну сторону и шла по дороге с односторонним движением (ежедневные фото, статьи, репортажи). Изменение порядка шло от вербального плана, визуальное пространство также организовывалось в виде улиц, площадей, памятников имени вождей. Когда Сталин решил переписать историю русской революции, то пропаганда его версии включала вместе с уничтожением ранних книг и документов и уничтожение их авторов и читателей⁸.

Единомыслие как основной закон советского государства не должно было нарушаться инакомыслием. Если это происходило, то в действие вступала диффамация, распространение через СМИ порочащих сведений. Тексты 20—30-х гг. XX в. представляли собой жесткую систему координат, построенную вождем (враги, уклонисты, троцкисты). Вождь призывал: «Если мы в своей собственной среде, в своей собственной партии, в политическом штабе пролетариата, который руководит движением и который ведет вперед пролетариат, если мы в этом самом штабе допустим свободное существование и свободное функционирование правых уклонистов, пытающихся демобилизовать партию, разложить рабочий класс, приспособить нашу политику к вкусам советской буржуазии и спасовать, таким образом, перед трудностями нашего социалистического строительства, — если мы все это допустили, то, что это будет означать? Не будет ли это означать, что мы готовы спустить на тормозах революцию?»⁹.

Конструирование советских мифов вождизма и их трансляция каналами СМИ способствовали возвеличиванию их лидерской роли. Авторитет вождей мифологизировался десятилетия. Все это искусственно возвышало роль вождей, усиливало веру в их силу и могущество, порождало идолопоклонство, влияло на перемены в массовом сознании народа. Задача СМИ — преобразовать историческую интенцию в вечность — была выполнена. Миф вождизма, широко транслируемый СМИ, приобрел историческую реальность, определяемую тем, как сами люди ее создавали либо использовали.

ПРИМЕЧАНИЯ

- ¹ Арендт Х. Истоки тоталитаризма. М., 1996. С. 462.
- ² Полосин В. Миф. Религия. Государство. М., 1999. С. 186.
- ³ Вебер М. Пророк // М. Вебер. Избранные произведения. М., 1990. С. 112—122.
- ⁴ Цуладзе А. Политическая мифология. М., 2003. С. 125.
- ⁵ Щербинина Н.Г. Герой и антигерой в политике России. М., 2002. С. 68.
- ⁶ Цуладзе А. Политическая мифология.
- ⁷ Щербинина Н.Г. Герой и антигерой в политике России.
- ⁸ Арендт Х. Истоки тоталитаризма. С. 452.
- ⁹ Сталин И.В. Вопросы партийного руководства. М., 1951. Т. 12. С. 105.

REFERENCES

- ¹ Arendt H. Istoki totalitarizma. M., 1996. S. 462.
- ² Polosin V. Mif. Religija. Gosudarstvo. M., 1999. S. 186.
- ³ Veber M. Prorok // M. Veber. Izbrannyye proizvedeniya. M., 1990. S. 112—122.
- ⁴ Culadze A. Politicheskaya mifologiya. M., 2003. S. 125.
- ⁵ Shherbinina N.G. Geroj i antigeroj v politike Rossii. M., 2002. S. 68.
- ⁶ Culadze A. Politicheskaya mifologiya.
- ⁷ Shherbinina N.G. Geroj i antigeroj v politike Rossii.
- ⁸ Arendt H. Istoki totalitarizma. S. 452.
- ⁹ Stalin I.V. Voprosy partiynogo rukovodstva. M., 1951. T. 12. S. 105.

**L. A. Vasilyeva. Development of the Soviet Myth of Leaderism
and its Translation by Mass Media Channels**

The atmosphere of leaders glorification by means of mass media wrapped the person since the birth. This was the way generations were brought up. The main attention is paid to authoritarian phenomena and cult as idolisation is the dominant element of the totalitarian political regime. In their turn Soviet mass media propagandised the image of the hero — an absolutely proper leader. The attempt on V. I. Lenin became a push for the intense mythologizing of the image of the leader in all Soviet mass media.

In the times of Stalin the Bolshevik propaganda unified the cult of the leader. Mythological texts contained schemes for heroes formation. Propagandistic orientations of Soviet mass media rested on the coordinate grid «hero — antihero» and this was justified from the point of view of information consumers. Mythological concepts of hero-leaders translated by mass media penetrated into all spheres of the society. Single-mindedness, the main law of the Soviet state, could not be interfered with the dissidence. When it happened, denigration and distribution of discredit information by means of mass media came into action. Text of the 20s and 30s of the XX century represented a strict coordinate grid constructed by the leader (enemies, escapists, Trotskyists). Construction of Soviet myths of the leaderism and their translation by mass media channels promoted exaltation of their leadership role. The authority of the leaders mythologized through decades and was accompanied with the corresponding ideological adaptation. The objective of mass media — to turn the historical intention into the eternity — was reached.

VASILYEVA Lyudmila A., professor of Chair of Service and Tourism of Far Eastern Federal University, candidate of historic sciences.