



Global Scientific Potential

ГЛОБАЛЬНЫЙ НАУЧНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ

№ 1(46) 2015

ISSN 1997-9355

Журнал
«Глобальный научный потенциал»
выходит 12 раз в год.

Журнал зарегистрирован Федеральной
службой по надзору за соблюдением
законодательства в сфере массовых
коммуникаций и охране культурного
наследия

Свидетельство ПИ
№ ФС77-44213.

Учредитель
МОО «Фонд развития науки
и культуры»

Журнал «Глобальный научный
потенциал» входит в перечень ВАК
ведущих рецензируемых научных
журналов и изданий, в которых должны
быть опубликованы основные научные
результаты диссертации на соискание
ученой степени доктора и кандидата
наук.

Главный редактор
О.В. Воронкова

Выпускающий редактор
М.Г. Карина

Технический редактор
А.Г. Карина

Редактор иностранного
перевода
Н.А. Гунина

Инженер по компьютерному
макетированию
А.Г. Карина

Адрес редакции:
г. Санкт-Петербург, ул. Шпалерная,
д. 13, к. 1

Телефон:
89627223300

E-mail:
nauka-bisnes@mail.ru

На сайте
<http://globaljournals.ru>
размещена полнотекстовая
версия журнала.

Информация об опубликованных
статьях регулярно предоставляется в
систему Российского индекса научного
цитирования
(договор № 2011/30-02).

Перепечатка статей возможна только с
разрешения редакции.

Мнение редакции может не совпадать с
мнением авторов.

Экспертный совет журнала

Воронкова Ольга Васильевна – д.э.н., профессор, член-корреспондент РАЕН, главный редактор, председатель редколлекции; тел.: (84752)63-87-80; E-mail: voronkova@tambov-konfcentr.ru.

Скворцов Николай Генрихович – д.с.н., профессор, проректор по научной работе Санкт-Петербургского государственного университета; тел.: (8812)324-12-58; E-mail: n.skvortsov@spbu.ru.

Тютюнник Вячеслав Михайлович – д.т.н., к.х.н., профессор, академик РАЕН; директор Тамбовского филиала Московского государственного университета культуры и искусств, президент Международного Информационного Нобелевского Центра, тел.: (84752)50-46-00; E-mail: vmt@tmb.ru.

Омар Ларук – д.ф.н., доцент Национальной школы информатики и библиотек Университета Лиона; тел.: (8912)789-00-32; E-mail: omar.larouk@enssib.fr.

Кузнецов Юрий Викторович – д.э.н., профессор, заведующий кафедрой управления и планирования социально-экономических процессов Санкт-Петербургского государственного университета, Заслуженный работник высшей школы РФ, Почетный Президент Национальной Академии туризма; тел.: (8812)273-75-27; E-mail: tour@econ.pu.ru.

Малинина Татьяна Борисовна – д.социол.н., доцент кафедры социального анализа и математических методов в социологии Санкт-Петербургского государственного университета; тел.: 89219375891; E-mail: tatiana_malinina@mail.ru.

Ляшенко Татьяна Васильевна – д.п.н., декан факультета информационных технологий и медиадизайна Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств; тел.: (8812)952-57-81, (8812)312-10-78; E-mail: center@spbguki.ru, decanat@fitim.ru.

Бирженюк Григорий Михайлович – доктор культурологии, профессор, заведующий кафедрой социально-культурных технологий Санкт-Петербургского гуманитарного университета профсоюзов; тел.: (8812)740-38-42; E-mail: set47@mail.ru.

Серых Анна Борисовна – д.пед.н., д.псих.н., профессор, заведующий кафедрой специальных психолого-педагогических дисциплин Балтийского федерального университета имени И. Канта; тел.: 89114511091; E-mail: serykh@baltnet.ru.

Чамсутдинов Наби Уматович – д.м.н., профессор кафедры факультетской терапии Дагестанской государственной медицинской академии МЗ СР РФ, член-корреспондент РАЕН, заместитель Дагестанского отделения Российского Респираторного общества; тел.: 89604094661; E-mail: nauchdoc@rambler.ru.

Осипенко Сергей Тихонович – к.ю.н., член Адвокатской палаты, доцент кафедры гражданского и предпринимательского права Российского государственного института интеллектуальной собственности; тел.: (8495)642-30-09, 89035570492; E-mail: a.setios@setios.ru.

Петренко Сергей Владимирович – к.т.н., доцент, заведующий кафедрой «Математические методы в экономике» Липецкого государственного педагогического университета; тел.: (84742)32-84-36, (84742)22-19-83; E-mail: viola@lipetsk.ru, viola349650@yandex.ru.

Чукин Владимир Владимирович – к.ф.-м.н., доцент кафедры «Экспериментальная физика атмосферы» Российского государственного гидрометеорологического университета; тел.: 89112267442; E-mail: chukin@rshu.ru.

У Сундзе – к.э.н., преподаватель Шаньдунского педагогического университета, Китай; E-mail: marketing@admin.tstu

МЕДИА: ЭКСТРЕМАЛЬНАЯ СИТУАЦИЯ, СОЗДАНИЕ И ТРАНСЛЯЦИЯ МИФООБРАЗА ВРАГА

Решающим фактором в формировании феномена социальной идентичности в экстремальных условиях историко-политического контекста выступают три основные ипостаси: политическая, культурная и мифологическая, «выражающиеся в различных формах, например, в мифологическом, культурном или политическом национализме, причем сознание этих форм наиболее ощутимо проявляется при возникновении мотива объективной или искусственно смоделированной угрозы существования этноса. Мифологический национализм возникает на стадии осознания защиты не просто территории, а некоего принципа» [1, с. 264].

Во времена стабильности и мира рациональная организация общества устанавливается естественным путем. По мнению Э. Кассирера: «Во все критические моменты социальной жизни человека рациональные силы, до этого успешно противостоявшие воспроизводству древних мифологических представлений, уже не могут чувствовать себя столь же уверенно. В такие моменты миф способен возвращаться не чем иным, как персонификацией коллективных желаний. Миф всегда рядом с нами и лишь прячется во мраке, ожидая своего часа. Этот час наступает тогда, когда все другие силы, цементирующие социальную жизнь, по тем или иным причинам теряют свою мощь и жизнь, и больше не могут сдерживать демонические, мифологические стихии» [2, с. 59].

Мифы – результат бессознательной деятельности, продукт свободной игры воображения, являются «отчаянными средствами». «Когда разум не оправдывает наших ожиданий, то всегда остается в качестве *ultima ratio* (последнего довода) власть сверхъестественного и мистического» [2, с. 60]. Французский социолог Э. Дюркгейм подобную ситуацию называл аномией, переживаемой многими людьми.

Она помогает концентрации конфликтной (агрессивной) энергии, которая «ищет» возможные пути для своего выхода. В этих условиях поиск врага – наиболее простой и действенный выплеск на реальных и мнимых врагов. Образ врага в общественном сознании имеет глубокие исторические корни, уходящие в родоплеменные времена и отношения. Это комплексный, собирательный образ, включающий в себя различные негативные проявления и черты. Враг может персонифицироваться как с реальной угрозой (войны), так и с вымышленным (мифологическим) образом, угрожающим самому существованию социальной общности.

Так, советская пропаганда периода Великой отечественной войны реанимировала символику национальной социально-политической мифологии. Образы русских богатырей, князей, защищавших Родину, образ Родины-Матери, героев выполняли функцию социальной идентификации и объединения народных масс против германского фашизма. Социальная мифология явилась мощным стимулом для ее дальнейшей научной разработки, определения значимых для патриотического воспитания общества мифологем [4].

Соответственно, и отношение к мифообразам общества в целом и власти в частности претерпевает радикальные изменения. Происходил весьма сложный отбор, в котором не только власть, но и пресса играла роль регулятора процесса героизации. Но подобные укрупненные архетипы могут быть оправданы и принимаемы только в условиях экстремального периода. Мифоконцепты триады «священная война» – «воин-освободитель» – «безвинно пролитая кровь» становятся доминантой политического мифа и текстов. Смысл политических мифов выступает как латентный, зависящий от определенных ситуаций на

фронте и в тылу. Именно они активно подпитывали историческую память народа, поднимали национальное самосознание, воспитывали патриотизм. Общество, потребляющее мифы и поставляющее их, воспринимает мифы как индуктивную систему, а значение принимается за систему фактов.

Образ врага, как дополнение образа победы, усиливался мифологемой меча: «Кто с мечом к нам придет, тот от меча и погибнет». В подобной символике, по мнению Х.Э. Керлота, «присутствует социальный фактор, поскольку меч представлял собой орудие, присущее рыцарю – защитнику света от сил тьмы» [3, с. 321]. Именно этот лозунг являлся лейтмотивом политических кампаний.

Эффективность использования образа врага в качестве инструмента политики определяется многими факторами, в частности, актуализацией архаических структур бессознательного. В итоге социальное поведение крупных социальных групп определяется архаическими инстинктами: ненавистью к чужим и агрессией по отношению к ним, одновременно страхом перед ними, стремлением продемонстрировать его отсутствие.

Подобная ситуация сложилась на Украине. Образ врага широко используется украинской властью в качестве инструмента для отвлечения внимания широких социальных групп от реальных проблем, а также для снятия вины с органов власти за то, что эти проблемы не решаются, и переносятся на врага. Политическому и государственному руководству страны, не сумевшему сплотить нацию вокруг единой общенациональной цели, пришлось значительно изменить политику в отношении собственного народа¹. На первое место в поляризованном мире украинской политики вышел внешний враг – Россия, внутренний враг – русские, в том числе 20 млн русских, проживающих на территории Украины. В общественном сознании произошла оперативная трансформация: от мифообраза «Россия – старший брат» до обра-

¹ Украина, богатая минеральными ресурсами и плодородной землей, могла бы быть лидером по экономическим показателям в Европе. ВВП на душу населения Украины не достигает показателей Сербии и Болгарии. Годовая инфляция составляет около 10 %, она не развивается из-за коррупции, плохого государственного управления и слабой судебной системы, занимает 5 место в мире среди стран с наибольшим количеством эмигрантов, за границей находится более 7 млн украинцев.

зов «врага-завоевателя», «краснопузой нечисти», «кто не скачет, тот москаль», на вечном мемориальном огне жертв Великой отечественной войны публично жарят яичницу, и др. В Николаеве прошла благотворительная ярмарка-акция по сбору средств на пошив партии термобелья для бойцов антитеррористической операции (АТО). Школьники вместе с родителями приготовили для покупателей «патриотичные сладости», названия которых апеллируют к событиям на востоке страны. Им предлагали «мозги Жириновского», булочки «танки на Москву», печенье «желто-синие звезды на Кремле», компот «кровь младенцев» и др. Созданный и транслируемый мифообраз врага возник не спонтанно, он не является плодом оперативного воображения, а представляет собой более чем двадцатилетнее искусственное творение украинских политтехнологов и имеет название «дегуманизация противника».

Экстремальная ситуация по-новому раскрыла основы деятельности СМИ всех уровней, стала плодотворной для текстов, претендующих на статус истинного представления о событиях прошлого, настоящего и прогнозируемого будущего. Системное и оперативное внедрение в сознание народа мифообраза врага идет с умелым использованием публицистических и технических средств. Это подтверждает российский политолог В. Коровин: «Журналист, который передает факты с места событий, является иногда более важным человеком, чем солдат, боец, который непосредственно участвует в боевых действиях. Очень важно – как подается информация. Потому что в конечном итоге она будет формировать общественное мнение. Убийство журналиста можно сопоставить с убийством генерала. Врагам важно выбить российского журналиста из процесса. Главная обязанность украинской политической системы – культивирование черно-белого видения мира с доминантой мифического» [5]. Подобный пропагандистский шабаш, тиражируемый медиа, толкает общество к международным конфликтам и оскорбляет любого человека, независимо от политических взглядов.

Внедрение в сознание масс ненависти к русским – это плата за присоединение Западу. Если раньше ненавистью к России торговали Польша и Прибалтика, то теперь этот опыт активно использует Украина. Основа современной национальной украинской мифологии в

том, что она – форпост Европы, подушка безопасности на границе с милитаризованной, враждебно настроенной Россией.

Анализируя мифологему «враг», мы обнаруживаем реальные и мифические компоненты, «сам объект, взятый изолированно, объект в его связи с утилитарной функцией, конкретной или фактической реальностью в трехмерном мире (напрямую, косвенно и так, что дает возможность рассматривать объект в качестве символа), динамические тенденции объекта вступают в связь с соответствующими эквивалентами, в этой символической функции мы к тому же можем различить символическое и общее значение; последнее зачастую бывает амбивалентным и нагруженным иллюзиями, разнообразие которых, однако, никогда не оказывается хаотичным, поскольку выстраивается вдоль координатной линии «общего ритма» [3, с. 42].

Транслируемые мифы не начинают с того, что запрещают какие-то действия, они изменяют людей, регулируют и контролируют их действия подобно «25 кадру», нейролингвистическому программированию; люди становятся жертвами мифов без сопротивления и не способны осознать, что же на самом деле произошло. Это дает основания предполагать, что не без помощи украинских медиа произведен эксперимент над целым народом. Они поддерживают необходимый уровень истерии у граждан. Дружелюбная нация за короткое время потеряла разум и превратилась в толпу зомбированных людей, аргументы которых сводятся к *motto* «Слава Украине» – (Героям слава). Это приветствие – аналог немецкого *motto* «*Heil Hitler!*»! (Слава Гитлеру!) – «*Sieg Heil!*» (Победе слава). Приветствие было распространено у активистов Украинской повстанческой армии, сотрудничающих с немцами.

Договариваться никто не хочет, оппонентам не дается ни малейшей возможности высказать свое мнение, любая фраза тонет в потоке изошренной низменной брани, ненависти, беспочвенных обвинений.

Подобный эффект не способны дать обычные методы политического насилия, так как: «Под самым мощным политическим процессом люди не перестают жить частной жизнью. Всегда остается сфера личной свободы, противостоящей такому давлению. Политические мифы разрушают подобные ценности» [2, с. 63–64]. Например, признание 9-го мая Днем траура. Мифологическая маркировка несет на

себе отпечаток транслирования новых ценностей и задач, принятых за основу в данный момент: тема Евросоюза, отбор информации, определение кандидатур личностей (Тимошенко, Ярош, Яценюк и др., их роли и действия в войне), пропагандистские установки делаются на патриотические чувства угнетенного украинского народа (пропагандистская кампания «Голодомор», героизация Степана Бандеры). Героические примеры и другие факторы придают политическим мифоконцептам национал-патриотическую направленность, реальное и мифическое меняются местами.

Создаваемая мифическая действительность интерпретирует события на порядок выше реальности, творцы текстов позволяют значительную долю вымысла, ассоциаций, символов². Пропагандистское наступление СМИ на граждан ведется без учета украинской геополитической специфики. По мнению Г. Боброва, существует несколько разных Украин. Донбасс одно. Запад совсем другое, а Крым – отдельная история. «Если посмотреть на экзистенциальное ядро Украины, мы увидим, что в стране есть несколько категорий граждан. Первые – это украинцы, которые на Майдане завершили свое национальное строительство и осознали себя как нацию. На Майдане было много всего: и влияние извне, и борьба олигархов, но главное – процесс осознания себя как нации. Кровь была катализатором этого процесса. В процессе осознания народившаяся нация увидела свой путь – на Запад, и увидела врага – Россию. Но в Украине есть и второе ядро, люди, которых называют русскоязычными украинцами или просто русскими. Это та часть украинского общества, для которой есть несколько фундаментальных основ. И попытка эти основы изменить просто вызовет взрыв» [6].

Украинские политики понимают, что на-

20 января 2010 г., незадолго до окончания своего президентского срока, президент Украины В. Ющенко издал указ за номером № 46/2010, в соответствии с которым Степан Бандера посмертно удостоивается высшей степени отличия Украины – звания Героя Украины, с формулировкой «за несокрушимость духа в отстаивании национальной идеи, проявленные героизм и самопожертвование в борьбе за независимое Украинское государство». По мнению В. Ющенко, этого события долгие годы ждали миллионы украинцев. Публика в зале встретила слова В. Ющенко овациями. Награду из рук президента получил внук Бандеры – Степан. Впоследствии награда была аннулирована.

6. Коц, А. «Чтобы поговорить об Украине сегодняшней – вставшей на краю предсказанной им бездны. Интервью «КП» с Глебом Бобровым, автором книги «Эпоха мертворожденных» о гражданской войне Востока и Запада / А. Коц, Д. Стешин // Комсомольская правда. – 2014. – 24 апреля.

References

1. Borisov, B.L. Tehnologija reklamy i PR / B.L. Borisov. – M., 2001. – 264 s.
2. Kassirer, Je. Tehnika sovremennyh politicheskikh mifov / Je. Kassirer // Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 7. Filosofija. – 1990. – № 2. – S. 60.
3. Kerlot, H.Je. Slovar' simvolov / H.Je. Kerlot. – M. : REFL-book, 1994. – 321 s.
4. Burdej, G.D. Istorik i vojna 1941–1945 / G.D. Burdej. – Saratov : izd-vo Saratovskogo un-ta, 1991. – 264 s.; Istoricheskaja nauka v gody Velikoj Otechestvennoj vojny. Dokumenty i materialy. – Vyp. 1. Istoricheskaja periodika. Saratov. – 1995.
5. Korovin, V. [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : #DonbassAgainstNazi. Anna-news/info/node/17748.
6. Кос, А. «Чтобы поговорить об Украине сегодняшней – вставшей на краю предсказанной им бездны. Интервью «КП» с Глебом Бобровым, автором книги «Эпоха мертворожденных» о гражданской войне Востока и Запада / А. Кос, Д. Стешин // Комсомольская правда. – 2014. – 24 апреля.

© Л.А. Васильева, 2015