

ВЛИЯНИЕ ИРРАЦИОНАЛЬНЫХ ОСНОВ ТОТАЛИТАРНОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ВЛАСТИ НА МЕДИЙНЫЕ КАНАЛЫ

Людмила Алексеевна ВАСИЛЬЕВА,
кандидат исторических наук,
корреспондент «Российской газеты»



Пропагандистская деятельность всех медийных каналов периода становления тоталитаризма в СССР строилась на внедрении в сознание людей нового советского образа жизни в виде системы стереотипов — стандартов поведения, политических мифов, социальных иллюзий. Мифологизация, т.е. психологическое воздействие с помощью создания иллюзорных форм, являлась одним из методов советской пропаганды в формировании общественного мнения.

Мифы, ритуалы, инициации, выступающие в качестве стимулов, были призваны вызывать у человека чувство симпатии, антипатии, страха, любви, ненависти по отношению к тем или иным социальным явлениям. Пресса создавала картину мира, не соответствующую действительности, но рассчитанную на эмоциональную реакцию аудитории, и в этом заключались ее огромные манипулятивные возможности. Поэтому можно согласиться с утверждением создателя теории стереотипов У. Липпмана, что эмоциональные и иррациональные факторы, простейшие элементы человеческой психики обладают универсальным значением, они «стержень личной традиции» человека, защита человека в обществе¹, трансформировавшиеся в мифоконцепты. Они есть смысловое значение имени, знака, т.е. содержание понятия, объем которого есть предмет этого имени. Мифоконцептами обозначают искаженные сложные представления о реальностях, содержащихся в той или иной идеологии, политической теории, в общественном сознании определенного народа или эпохи. Мифоконцепты возникают на основе традиционных мифологических представлений и уходят корнями в глубокое историческое прошлое, но могут быть обращены в настоящее и будущее и играть значительную роль в манипулировании массовым политическим сознанием для индоктринации в массы определенных идей и представлений, необходимых для легитимации конкретных политических режимов. Мифоконцепты усиливали процессы восприятия, подгоняли сложное новое под простое, экономили время и усилия.

Тоталитарная власть не стремилась слушать своих граждан. В качестве разговора с государством допускалась только положительная информация или иммунизация общественного сознания с помощью признания второстепенного, официально признанного недостатка, чтобы скрыть сущность, с использованием мифического означающего.

Такая символизация облегчала выработку положительных эмоций по отношению к государству. Формы мифологического означающего — иммунизация, лишение истории, тождество, тавтология, цинизм, констатация фактов и квантификация качества — присутствовали во всех медийных текстах. Они создавали условия для суггестии, внедрения в сознание единых схем мышления, поведения, унифицировали общество. Речь шла не просто о единых схемах, а о единых положительных эмоциях по отношению к любым действиям государства.

Соответствующий набор символов, стимулов должным образом воздействовал на человека, укоренял его веру в существующий строй, вызывал положительную реакцию или, наоборот, чувство страха и ненависти ко всему тому, что этому строю угрожает. Мифоконцепты, насаждаемые советской пропагандой, выполняли охранительные функции. Они поддерживали существующий строй, воспитывали верность советскому строю, страх и ненависть к «проклятым буржуинам», капиталистическому строю. Соответственно те или иные мифы, инициации использовались в качестве ярлыков для обозначения противоборствующих сил. При их фабрикации применялся примитивный прием противопоставления по принципу «черное-белое». Позитивно оценивалось только то, что служило интересам господствующего класса. Например, значительное внимание на страницах газет уделялось архетипу хорошего/плохого пространства. Пролетарское государство — это центр мироздания, Москва — его столица, границы центра охраняют элитные силовые структуры. Все, что за границей, — это плохое пространство. Но власть понимала, что «хорошее пространство» необходимо увеличивать. Все годы существования советской власти газеты, вплоть до стенных газет, выходили под лозунгом «Пролетарии всех стран, соединяйтесь!» Хорошее пространство по замыслу идеологов тоталитаризма должно было победным маршем пройти по всей планете (мировая революция). Сознание граждан уже было повернуто в это хорошее пространство («Красна песня складом, Советский Союз ладом», «Говорят в Москве, а слушают по всей стране», «Видна из Кремля вся советская земля», «Власть советская пришла, жизнь по-новому пошла» и др.).

Для закрепления в сознании масс тех или иных мифоконцептов советская пропаганда практиковала многократное повторение одних и тех же слов, фраз, которые, в конце концов, становились символами. Любая иерархически важная информация тиражировалась в бесконечном количестве экземпляров. Так, тираж полного собрания сочинений В. И. Лени-

на составлял 130 тыс. экз., газеты «Правда» — более 8 млн. экз. Постоянное воспроизведение мифоконцептов также создавало предпосылки для некритического восприятия их аудиторией. Большую роль здесь играло внушение символических построений, в ряде случаев со ссылкой на «авторитеты» (Ленина, Сталина, большевиков-ленинцев).

В СМИ советского периода также наблюдалась дифференциация в формах и методах мифологизации в зависимости от специфики аудитории, ее социального, религиозного положения. Жесткие экономические законы вели страну к нэпу. В основе тогдашней перестройки лежала замена продразверстки продналогом. По России бродил призрак голодной смерти, «...ужасы голодных смертей на Волге не должны повториться в будущем году, и все местные работники обязаны были напрячь все силы для срочной помощи Поволжью»². В февральском номере «Бедноты» под заголовком «На борьбу с голодом!» было помещено обращение к верующим «Церковь и умирающие»: «Где золото для спасения голодных? Оно в православных храмах. Да будет трудящимися трижды проклят тот ханжа, пустозвон и лицемер, который знал об ужасах Поволжья, — а он не может не знать о них, — не только словом, но даже мыслью станет на пути к этому «святому грабежу», спасающему от мук голодной смерти миллионы людей»³.

Религия с первых же дней существования советского государства никоим образом не вписывалась в идеологические догматы большевиков. Церкви, храмы повсеместно уничтожали, взрывали, служители культа также подвергались репрессиям. В городах эта плановая работа шла достаточно успешно. Но в сельской местности действие властей встречало сопротивление. Идеологи режима запустили и «раскрутили» миф о причастности церкви к организации голода, что только золото из православных храмов может спасти голодающих. Самая популярная шапка газетных изданий тех лет — «Религия — опиум для народа!».

Советская пропаганда в течение многолетней практики выработала ряд пропагандистских штампов, так называемых внутренних мифоконцептов. Они в благоприятном свете характеризовали советское государство. Пресса, в частности, всегда отстаивала тезис о том, что советское государство — самое лучшее в мире («Я другой такой страны не знаю, где так вольно дышит человек», «Советский образ жизни — лучший в мире», «СССР — великая мировая держава» и др.). Пропагандой для апологетики социализма были найдены благоприятные ярлыки: «власть — народу!», «земля — крестьянам!», «свободная пролетарская печать», «свободное общество» и т.д., обеспечивавшие процветание для всех. На деле это были иллюзорные представления, затушевывавшие неравенство в советском обществе (например, существование партократии, ограничение при поступлении в вузы выходцев из дворянских слоев населения). Как высшие политические ценности социалистического государства преподносились

лозунги «свобода» и «демократия». Цель внедрения этих мифологем — формирование положительных установок по отношению к социалистическому строю.

В тоталитарном обществе в ход запускались полуправда и инсинуации. Они представляли собой ложную аргументацию фактами, манипулирование и усиленную мифологизацию материала, а в некоторых случаях неадекватность фактов и выводов. Манипулирование фактами принимало различные формы: ложные выводы из истинных фактов, смешение клеветы с правдой, нарушение временных и логических связей между фактами, представление их в ложных взаимоотношениях. Так, в 1923 г. в связи с общей демократизацией общественной жизни были аннулированы паспорта. В декабре 1932 г. их ввели вновь.

Создавался миф о демократической паспортной системе в СССР. Что же было на самом деле? Паспорта с обязательной пропиской вводились для населения городов, рабочих поселков, районных центров, новостроек, совхозов, МТС, а также в 100-километровой полосе вдоль европейской границы СССР и в нескольких пригородных зонах. Во всех прочих сельских местностях население (колхозники) паспортов не получало и учитывалось по спискам, которые вели сельсоветы. Это крайне ограничивало свободу передвижения. Официальная версия введения паспортной системы, озвученная на страницах газет, — резкий скачок уголовной преступности. Этот сбой в тоталитарной системе был закономерным и имел свои объяснения. Индустриализация вызвала бурный рост численности городского населения главным образом за счет массовой миграции населения в города. Острейший жилищный кризис, нехватка продовольствия, промтоваров, трудности адаптации недавних крестьян к городской жизни создавали рост уголовной преступности. Боясь «раскулачивания», крестьяне бросали свои хозяйства. По явно заниженным подсчетам, только в 1929—1930 гг. «самораскулачилось» и бежало в города свыше 200 тыс. семейств, или около 1 млн. чел.⁴

Перед нами прием инсинуации: имеющие место факты обосновывались ложными тезисами, из них вытекали соответственно ложные выводы. Тоталитарная пресса прикрывала ложь и бессилие видимостью правдоподобия. Читателю, даже если он догадывается, что имеет дело с дезинформацией, трудно судить, на каком этапе подготовки материала искажен его смысл. Утверждение В.И. Ленина о том, что «...в области явлений общественных нет приема, более распространенного и более несостоятельного, как выхватывание отдельных фактиков, игра в примеры... Необходимо брать не отдельные факты, а всю совокупность относящихся к рассматриваемому вопросу фактов, без единого исключения, ибо иначе неизбежно возникает подозрение и вполне законное подозрение в том, что факты выбраны или подобраны про-

извольню»⁵, воспринимается с точностью до наоборот. Налицо пропагандистский прием «дозировки объемов правды».

В советской прессе публикация статистических сведений занимала особое место (мифостатистика). Статистические данные всегда выглядят объективными и строгими фактами. Язык цифр кажется убедительным, так как создает ореол неоспоримой авторитетности. Приемы и методы манипулирования мифостатистикой в советской прессе — это способ увода от экономической и политической реальности, мощный прием психологического воздействия («барраж» или «красная селедка»). Официальные органы статистики в советском государстве представляли собой часть государственного аппарата. В отношении общих показателей производства стали, чугуна, электроэнергии и т.д. советская статистика старалась давать точные сведения. Положение резко менялось, когда речь шла о важнейших социальных явлениях. Это — одно. И другое. При советской власти существовала негласная установка — отсчет любой сравнительной статистики вести с 1913 г. В небывало короткие сроки, ценой жизни людей под лозунгами «Пятилетку — в четыре года!» строились крупнейшие домны, гидроэлектростанции, тракторостроительные заводы, каналы, новые города. Всё было под пристальным вниманием СМИ. Но при этом «отрасли хозяйства были нерентабельны и существовали лишь за счет крайне низкой стоимости рабочей силы. Почти все «великие стройки» выполнялись заключенными, а на предприятиях зарплата инженеров и служащих была во много раз ниже, чем в европейских странах. Низкая культура народного хозяйства являлась причиной потери почти миллиона высокообразованных специалистов, эмигрировавших за границу в годы Гражданской войны.

Если первое советское правительство было самым высокообразованным в мире, то в 30-е гг. в руководстве страны образовательный ценз стал очень низким. Из массы губернского начальства и руководящих работников наркоматов высшее образование имели 0,2%. А в сталинском Политбюро после 1932 г. не было ни одного человека с высшим образованием⁶. Эти данные сознательно умалчивались, так как они шли вразрез с традиционной оценкой ситуации 30-х гг. Тоталитаризму с помощью мифостатистики важно было символизировать такие понятия, как мощь и сила советского государства. Ведь именно Ленин характеризовал социально-экономическую статистику как «одно из самых могущественных орудий социального познания»⁷.

Широко использовалась мифостатистика при публикации данных о снижении цен на промышленные и продуктовые товары. Мизерное ценовое снижение служило мощным событийным поводом для очередных публикаций во всех газетах страны и внедрения очередного мифа в сознание граждан о непрестанной заботе государства и лично товарища Сталина о населении.

Мифостатистика активно применялась при проведении выборных кампаний. Итоги выборов (99 и 8 или 9 десятых %) проголосовавших «за» «нерушимый блок коммунистов и беспартийных» затушевывали социальные противоречия советского общества. Статистика сводилась к маскировке подлинной действительности, размыванию антагонистических противоречий, защите социалистической системы, единственной и верной, и была мощным оружием классовой борьбы.

Любое газетное издание советского периода трудно представить без символов жертвы и жертвенности. Жертвенность определяла весь ход советской истории, при этом в сознание масс внушался миф: «Бог терпел и нам велел», «радость будущего придет через лишения и трудности». Доводом, объясняющим причины бед, были Гражданская война, разруха, восстановление народного хозяйства, отсталость российского общества и т.д. Причем публицистический накал текстов был высок и искренен, ведь и жертва, и журналист, пишущий о жертве, верили, что путь к светлому будущему будет тернист и кровав. Перестройка модели человеческого поведения была ориентирована на примеры определенного личностного жертвования (смерть, изнурительный труд) ради победы иерархического высшего уровня — государственного.

Множество героев, порожденных системой, — ответ на риторику побед. Но рядовые герои армии строителей новой жизни так и оставались героями массовки, а идеологическая система базировалась на героике. Это оправдывается и точкой зрения потребителя информации, поскольку ему необходимо зрелищное событие, отличное от его серых будней.

«Коммунизм — это власть сильного» — печатная пресса подобные заблуждения активно поддерживала. Красный вождь Л. Троцкий не видел пути вперед «...без установления такого режима, при котором каждый рабочий чувствует себя солдатом труда, который не может собою свободно располагать, если дан наряд перебросить его, он должен его выполнить; если он его не выполнит, он будет дезертиром, которого карают»⁸. Шла перестройка сознания людей, традиционной модели человеческого поведения, внедрялся новый архетип в угоду модели государственных побед.

Тоталитарная журналистика подняла на невиданные высоты архетип близнецов, стоящих у начала мира. Первая пара близнецов — Маркс и Энгельс, затем — Ленин и Сталин. Прочное воцарение архетипа усилилось после смерти Ленина: «Под знаменем Ленина — Сталина, вперед к победе коммунизма!» Параллельно с внедрением в сознание масс архетипа близнецов шла их усиленная героизация, сакрализация. Они должны были служить образцом для населения. Становилось необходимым показать в газете взаимодействие человека и власти, и внедрению этого способствовал архетип близнецов.

Введение архетипа «близнецов» в сознание масс усиливало другие обрядовые процессы, например инициации, которыми были заполнены страницы газет: репортажи о торжественном приеме в комсомол, в пионеры и т.д. В тоталитарном сакральном пространстве рабочий класс имел высочайший статус «гегемона» и автоматически обладал политической зрелостью и надежностью. Первополосными материалами газет были отчеты о митингах рабочих, крестьян, трудящейся интеллигенции, об открытии съездов, конференций⁹. Символика этих ритуальных собраний повторяет хижину для инициаций, описанную М. Элиаде: «Помещение разделено на две части: северная, окрашенная в белый цвет, — место пребывания низших сил; на южной половине, окрашенной в красное, находятся высшие силы»¹⁰. Пресса, насыщенная мифами и ритуалами, пронизывала всю общественную структуру, специализировалась в информационном пространстве горизонтально и вертикально.

Тоталитаризм — яркий пример политической мифологии, соответственно мифы и символы становятся доминантой в структуре СМИ. Возродившиеся архаические системы оказались не мертвыми, а способными возрождаться. Тоталитарная структура организовала новое политическое пространство, новое соотношение между законодательной, исполнительной и судебной ветвями власти. СМИ являлись идеальным средством для поддержания тоталитарного пространства и функционирования его аппарата, превращая в настоящий корпоративный клан. Они служили удобным средством управления, укрепляющим шансы для аппарата. Мифы постулировали содержание как реальность, и это содержание становилось реальным для потребителей печатных изданий: стремление переделать мир порождает мифы о возможности правильного его преобразования. Революция всегда оставляет за собой право преобразовать реальность, но это преобразование оказывалось новым мифом. Главная реальность заключалась в том, что окончательно восторжествовала однопартийная система, идейные конфронтации и мнения исчезли, новая ситуация породила новые мифы, в частности миф о всеобщем благополучии граждан.

Тоталитарная идеология активно вводила в оборот исторические мифологические модели, цветовой ряд: «черный, белый, красный и золотой — говорит о духовном восхождении — о переходе от черной первичной материи соответственно, к белой ртути, красной сере и, наконец, достигает высшей точки в создании «философского камня» — золотого цвета»¹¹.

С помощью специальных ключевых слов, символов, образов, ритуалов людей вводили в подобие транса: «Партия и Ленин — близнецы-братья», «Партия — ум, честь и совесть нашей эпохи», «Партия — наш рулевой». Идеологи тоталитарной системы наиболее полно эксплуатировали мифы о героях, коммунистической вере. Под них подгонялись новые моральные

ценности. Высочайшая энергетика и напряженность мифа позволяла органично вписывать его в любые формы, а медийные каналы доносили их до народных масс. Например, тоталитарное государство утратило принцип монологичности, в качестве разговора с ним допускалась только положительная информация, увеличение сегментов положительных символов, исчезновение негативного. Тоталитарный миф искусно деформировал истину, усиливал хвалебную, победную риторику. На первый план выходила символика героического поведения, схема которой — презрение к трудностям и смерти. Герои индустриализации и коллективизации лишены страха. Политические мифы этого периода — мы строим светлое будущее, прогрессивное общество (Вперед! К светлому будущему!) и этнический, прогрессивный, единый, монолитный, непобедимый советский народ. Пресса, насыщенная мифами и ритуалами, пронизывала всю общественную структуру, была специализирована в информационном пространстве горизонтально и вертикально.

Мифоконцепты, транслируемые СМИ, позволяли системе держать социум под политическим контролем, объединять, сближать, организовывать, мобилизовывать на решение задач, поставленных партией и правительством, на них проецировалась амбивалентность тоталитарного типа. Политический дискурс газетных обращений апеллировал к разным вещам, но в итоге сводился к формированию тоталитарной модели человеческого поведения. Она подкреплялась индустриально-коллективизационным эмоциональным фоном («аффинити»), подачей такого количества заданной информации, что невозможно было выбрать приоритеты («белый шум»), искусственным манипулированием массовым сознанием, заключающимся в отборе и показе события, формальным игнорированием диктата, заменяемого «подсказкой» (теория «постановки повестки дня»), непосредственным воздействием на аудиторию «вспрыскиванием» информации в массовое сознание (метод «шприца»). Тоталитарная система реализовывала себя в двух плоскостях: визуальной и вербальной, а увеличение знакового пространства рассматривалось как проявление символов мощи и силы власти. Вербальное пространство тоталитаризма являло собой строго обозначенное системное поле, порождаемое единой тоталитарной системой, которая требовала единообразия голосов. Отслеживались только ключевые моменты, например, показ технологии любого рабочего процесса. Предмет отражения — коллектив, где поведение одного человека зависит от общей задачи и определяет действия других, их настроение. Перед читателями предстал людской хор.

Всякий элемент вербальной текстовой структуры имел четкие координаты связи с политической системой, которая в свою очередь задавала позитивно-негативную интерпретацию ситуаций¹². Видение СМИ с таких позиций меняет ракурс ее рассмотрения в контексте происходящего в современной науке «антропологического поворота», утверждаю-

щего, что человек существует в многовариантном, многомерном мире. Печатные издания создавали эту особую реальность политических форм с помощью мифологических образов, а семиотические системы формировали погруженного в них человека, определяя его позицию в социуме. В печатных СМИ базисно отсутствовал индивидуальный фактор, тексты выступали как составная часть психологического кодирования общества («Кто духом бодр и сердцем молод — в руки книгу, серп и молот!»), индивидуальные качества растворялись в тоталитарном равенстве элементов, единообразии, повторе, препятствующих рождению нового. Подобный подход В. Почепцов определяет так: «Перед нами дискурс с единым центром и жесткими правилами порождения, возможно, он обладал словом вначале, но бесконечная череда повторений и перепевов выветрила из этого слова остатки вербальности. Теперь перед нами материализованное слово, оно сцементировано. Отсюда вытекает бесконечная череда цитирования, характерная для этого времени. В утрированной модели текста цитатная часть больше самого текста, что и требуется. Любая новая мысль обязана была мимикрировать под старую, закрываться броней цитат»¹³.

Лозунги в лагерях и поселениях — «Входящий — не грусти, уходящий — не радуйся!», «Через труд — к освобождению!», «Чтобы другим ты снова стал, тебя трудлаг перековал!» — резко диссонировали с официальными тоталитарными призывами (слоганами). СМИ выступали в качестве материалоносителя мифа, а дискурсом при этом являлось всякое значимое единство, словесное или визуальное.

¹ Lippman W. Public Opinion. New York. 1961. P.95.

² Евстигнеев А. Поволжье даст нам урожай // Беднота. 1922. 18 янв.

³ Горев М. На борьбу с голодом // Там же. 1922. 9 февр.

⁴ См.: Советское крестьянство: Краткий очерк истории (1917—1969 гг.). М., 1970. С. 239.

⁵ Ленин В.И. Полн. собр. соч. М.: Политиздат, 1962. Т. 30. С. 350—351.

⁶ Чирков Ю.И. Соловки // Советская культура. 1989. 4 марта.

⁷ Ленин В.И. Полн. собр. соч. М.: Политиздат, 1973. Т. 19. С. 334.

⁸ Листов В. Россия молодая // Литературная газета. 1988. 13 июля.

⁹ Петроградская правда. 1918. 29 янв., 8 окт., 12 нояб.

¹⁰ Элиаде М. Космос и история. М.: Прогресс, 1987. С. 216.

¹¹ См.: Энциклопедия символов, знаков и эмблем. М.: Локид миф, 2000. С. 514.

¹² См.: Агапов Б. Стиль ДС // Известия. 1932. 10 окт.

¹³ Почепцов Г. Тоталитарный человек. Киев: Глобус, 1994. С. 121.

SUMMARY: In the article “The influence of irrational foundations of totalitarian power to mass media” the author examines the press like a reflection of myth’s symbols in the first years during the building of totalitarian power in the Soviet Union. This particular set of symbols affected individuals, established their faith in current systems and caused the expected reactions to the powerful structure.