

МАС-МЕДІА ЯК ТВОРЦІ СУЧАСНИХ ПОЛІТИЧНИХ МІФІВ

© Гайдук Ю., Зінчук В., 2007

Розкрито сутність співвідношення категорії міфу і засобів масової інформації у соціально-політичній площині. Акцентовано на особливостях творення сучасних політичних міфів шляхом тотальної експансії мас-медіа у сферу не лише суспільної свідомості, але й способу сучасного буття соціумів загалом, владних відносин зокрема.

The essence of a parity an a category of a myth and mass media in a sociopolitical plane is opened. It is accented on features of creation of modern political myths by total expansion of mass-media to sphere not only public consciousness, but also a way of modern life of societies in general, relations of power in particular.

Постановка та актуальність проблеми. Можливість і потреба звернення до поняття міфу та його ролі в сучасній політичній дійсності спричинена динамічним розвитком засобів масової інформації (мас-медіа), які надають міфу нового значення. Гіпердійсність, іншими словами – інформаційна дійсність, без початку і кінця, переповнена незліченною кількістю копій, творцями якої є засоби масової інформації, встановила нові умови функціонування міфу, перетворила його з категорії релігійно-філософської у соціально-політичну.

Ступінь вивчення. У роботі використано теоретичні напрацювання західних науковців, котрі вже тривалий час мають змогу досліджувати особливості функціонування політичної сфери у постіндустріальному інформаційному суспільстві, основні характеристики якого все частіше можна спостерігати й у соціумах, що розвиваються. До основних дослідників слід віднести: Е. Кассіра, котрий вбачає у політиці родючий ґрунт для творення міфів, Ж. Бодріара, котрий вважає, що інформаційна революція спричинила нову якість дійсності, переповненої доскональними копіями реальності без будь-якого оригіналу – гіпердійсності, у якій мас-медіа відіграють ключову роль, В. Буршту (думка про міфологічне засилля ХХІ століття), Т. Буксінські і його теорію деперсоніфікації політичного процесу, де на перший план виходять ЗМІ, клуби за інтересами і неурядові організації. Підняту нами проблему також досліджували такі вчені, як Г. Арндт, Ж. Дюмезіль, Ж. Сорель, Р. Бартес, Дж. Кампбелл та інші.

Мета роботи – розкрити сутність діяльності засобів масової інформації у напрямку творення сучасних політичних міфів.

Новизна дослідження полягає у тому, що зроблено одну з перших спроб в українській політичній науці дослідити процес діяльності мас-медіа крізь призму творення ними нового політичного порядку, відповідно відмінних від попереднього досвіду форм політичної свідомості та поведінки.

Виклад основного матеріалу. Процес трансформації публічної сфери супроводжується зміною природи політики за допомогою засобів масової інформації. Відбувається це за допомогою включення до публічної дискусії багатьох сфер людської діяльності, в тому числі й економічних процесів, які тривалий час обмежувалися «тіньовим внутрішнім життям домашнього господарства» [1, с. 44-56], тобто ринком і родиною. В результаті політика стає невід'ємним елементом життя кожної людини, яка функціонує у рамках суспільства. Предметом політичної дискусії може бути будь-яка тема, висвітлювана у ЗМІ, яка може вплинути на виборчу поведінку громадян [2]. Міф в цьому випадку виконує роль будівничого політичної дійсності, де функціонують інституціоналі-

зовані політичні актори. Відтак *міфи*, творцями яких є засоби масової інформації, спричиняються до формування природи сучасної політики і виступають здебільшого у двох іпостасях: міфу *бога-споживача* і міфу *суцільної загрози*.

Науковий дискурс поняття міфу сприймається в категорії розповіді про виникнення Всесвіту, причому міф підтримує і встановлює суспільний порядок, а також вчить людину, «як жити людськи в кожній ситуації», розповідаючи про виникнення певної дійсності – Всесвіту, індивіда, міф також ототожнюється із запропонованою дійсністю. Міф, будучи універсальною сталою, функціонує у різних площинах людського життя, досягає інтеграції групи попри процес, що виконується без участі «раціональної» свідомості, єднання людей. В такий спосіб створюється специфічний зв'язок з чітко окресленою зовнішньою дійсністю [3, с. 120–130], суспільство об'єднується системою міфів, групою пануючих форм мислення, які детермінують і підтримують активність його членів [4, с. 44].

Запропонований спосіб трактування міфу знаходить своє застосування також в класичних теоріях постання держави. Володар Макіавеллі і Левіафан Гоббса здаються найкращим прикладом. За своєю природою вони є справжніми ідеалами, надлюдьми, яким властиво впорядковувати стосунки в державі. До політичної дійсності міф також входить, надаючи людині відчуття ідентичності, уможливаючи «відчуття духу спільноти» [5, с. 27], встановлюючи суспільні цінності і соціальну ієрархію, легітимізуючи структуру влади. Могутність політичного міфу, що часто впливає з факту і носить сакральний характер (спираючись на емоції), є водночас ірраціональною силою, яка прямує до раціонального упорядкування дійсності, в цьому випадку політичної дійсності. Політичний міф впорядковує в прийнятний для себе спосіб сферу політики, дозволяючи зробити цей світ більш зрозумілим, а інколи й терпимим.

Впорядковуючи в прийнятний для себе спосіб сферу політики, міфологія, за Ж. Дюмезілем, стає способом вираження політичної ідеології, стаючи тим самим також ідеологічною структурою [6, с. 43]. Відповідь на причину входження міфу до політики намагається дати Е. Кассіпер. З цією метою він звертається до поняття «свободи», яка часто є тягарем для людини. В екстремально важких умовах, кризових ситуаціях, говорить філософ, людина, намагається позбутись цього тягара. Політичні партії, політики, діючи в умовах постійної нестабільності, яку створює сама політика, намагаються звільнити людину від «тягара свободи» [7, с. 138].

Спираючись на запропоновані дефініції міфу, який входить до політичної дійсності, потрібно зазначити, що він набуває політичного характеру, результатом чого є постання в науці поняття *політичного міфу*. Французький філософ Ж. Сорель зазначає, що політичний міф є конструкцією минулого, а також специфічною програмою діяльності [8, с. 40]. Вбирає і віддзеркалює прагнення люду, а його сприйняття носить емоційний характер. Політичний міф часто становить знаряддя боротьби для груп, партій і класів. В умовах очевидної ілюзорності він є чинником, який підштовхує до будь-яких конституційних суспільних змін.

Сучасна політична дійсність з її великою кількістю політичних акторів, що беруть участь в політичній дискусії, характерною властивістю якої є різновекторність обговорюваних тем, проблем, де головну роль виконують засоби масової інформації, також не є позбавленою політичних міфів. Спільні площини функціонування міфу, політики та засобів масової інформації у сучасному світі зводяться до того, що мас-медіа творять нову якість комунікації в суспільстві, представляють собою безпосередній вплив на кондицію політичного міфу сьогодення. Функціонуючи у спільних площинах, силою мовлення (інформування) вони (міф і мас-медіа) потрапляють в залежність один від одного.

Така залежність є наслідком творення сучасних політичних міфів. На цьому акцентує увагу, зокрема, польський філософ В. Буршта, який вважає, що міф і міфологічна уява пронизує світ на початку ХХІ століття [9, с. 9]. Сприятливими обставинами згаданої залежності є створена засобами масової інформації нова дійсність, яку Ж. Бодріар дефінує поняттям *гіпердійсність* [10, с. 68].

У сучасній гіпердійсності щораз більше явищ, які отримують політичний вимір. Сфери, які до цього часу мали небагато спільного з політикою, починають відігравати в політичному вимірі

важливу роль. Поява в сучасному світі публічної сфери поряд з політичною і приватною призвела до корінних змін у способах спостереження за політикою. Преса, радіо, клуби за інтересами і неурядові організації, які є елементами публічної сфери, почали втручатись в політичний простір і провели реорганізацію його меж. Згадані інституції, довершуючи інтенсивний вплив на способи вирішення питань в державі, також змінили способи спостереження за політикою. Польський науковець Т. Буксінський називає цей процес деперсоніфікацією, говорить про таємничі сили, які важко локалізувати і які диктують перебіг подій [11, с. 387–390].

Багаточисельність акторів політичного життя та представлених ними інтересів часто призводить до нестачі „порядку” і „стабільності”, де людина приречена до прийняття рішень. Нагадаємо, що Кассіерер бачить в цьому життєвий ґрунт для створення міфів, які регулюють існуючий „безлад”. Відтак ЗМІ мають широке і плідне поле для діяльності.

Говорячи про комунікаційні функції співвідношення міфів і засобів масової інформації, варто зупинитися на такій сентенції: „міф є словом”. За Р. Бартесом, воно (слово) може не мати усного характеру, може бути в письмовій формі або в формі зображення: висловлене на письмі, також у фотографії, фільмі, репортажі, рекламі – це все може бути носієм міфічної мови [12, с. 240]. Підкреслюючи роль міфу як слова, яке є комунікатором, і посідає властивості письмової форми і форми зображення, Бартес акцентує, що слово попри свій комунікаційний потенціал дає змогу зберегти міфічній мові, надаючи їй тим самим подібних властивостей комунікатора.

Міфи разом з медіа виконують також педагогічну функцію. Вони вказують, як зазначає Дж. Кампбелл, як жити по-людськи в різних обставинах [13, с. 60–61]. Здійснюючи в певний спосіб освіту суспільства, міфи спільно з медіа є також суспільними скеровувачами. Інакше кажучи, вони мають вплив на суспільну і політичну поведінку. Наприклад, реклама, фотографія, фільм, репортаж, представлені в мас-медіа видовища, вказують на певні схеми поведінки, роблять їх широкоживаними у суспільстві.

Підсумовуючи згадані вислови, пов’язані зі співвідношенням засобів масової інформації й міфу, можна сказати, що вони, посідаючи спільні функції – комунікаційну і педагогічну, вміщують одночасно міф в медійному реалізмі, внаслідок чого, в присутній дійсності, де „нічого вже не діється без участі екрана”, мас-медіа, попри зваблювання, починають формувати (розвивати) природу міфу.

Інформаційна революція спричинила нову якість дійсності, переповненої „семулякрами” – досконалими копіями реальності без будь-якого оригіналу, які, як вже зазначалося, Ж. Бодріар називає гіпердійсністю, і у якій мас-медіа спричинились до заміни фази дзеркала на фазу відео [14, с. 80–93]. У фазі відео, на думку Бодріара, ніщо не може втекти від образу, звуку, від безпосередньої свідомості. Її характерною рисою є перехід людини до іншого виміру, в якому людина втратила безпосередній контакт сама з собою. Екран телевізора, на жаль, не є об’єктивним у своєму відображенні, внаслідок чого прикрашає або ж спотворює реальність. Зваблювання, будучи природою гіпердійсності, попри представлені в мас-медіа образи і симуляції (символи), довершує підпорядкування собі іншої дійсності, переймаючи над людиною цілковиту владу.

Інтерпретуючи представлену позицію, належить сказати, що зваблювання впорядковує досконалі копії реальності без будь-якого оригіналу (семулякра), внаслідок чого гіпердійсність, подібно як і політика, є життєвою площиною для створення міфів. Фаза відео, інакше кажучи – фаза сучасних мас-медіа, посідає потенціал творення міфів.

Отже, спираючись на поданий спосіб окреслення стану сучасної дійсності, належить зазначити, що творить вона різного роду ірраціональні засновки, які є причиною народження нових політичних міфів. В цьому випадку вкажемо лише на два з них, які, на нашу думку, істотно впливають на сучасну політику і про які ми сказали на початку статті. А саме – міф *бога-споживача* і міф *суцільної загрози*.

Відтак, „якщо ми поглянемо на присутні політичні міфи і на користь, яка твориться з них, як говорить Кассіерер, то віднайдемо в них не тільки переоцінку наших етичних вартостей, а також зміну мови. Магічне слово бере гору над семантичним словом. Але це зручне вживання магічних слів – ще не все. Якщо слово має досягати певний ефект, йому має слідувати впровадження нових обрядів” [15, с. 166–167].

Запропонована цитата скерує нас до раніше піднятої дискусії, пов'язаної з природою політичного міфу, але однак цього разу вказується на її сучасний вимір. Інтерпретуючи слова німецького філософа Е. Кассіра, варто сказати, що домінування магічного слова над семантичним, яке доповнює функцію висловлювання (вираження), стало можливим через дії мас-медіа. У сучасній дійсності засоби масової інформації творять ілюзорний світ, який позбавлений часових і просторових меж, де слово вже не знає смерті, через що воно виконує багато перевтілень. „Зручне вживання слів”, комунікатив, надання йому різних значень, залежно від мети або її браку, створює нові обряди.

Сьогодні обрядом, інакше кажучи, ритуалом стають *споживацькі дії* [16, с. 105]. Основним їх двигуном є мас-медіа. Створені форми в статтях, виступах по радіо, фотографіях, фільмах, ток-шоу і репортажах в запозичений спосіб, у випадку реклами, вони безпосередньо скеровані на творення *споживацької поведінки*. Засоби масової інформації, на думку Дж. Деборг, творять споживацький спектакль, де „товар тотально опановує суспільним життям” [17, с. 23], набуває певних благ, дає сучасній людині відчуття задоволення.

Можливість вибору і його щоденна реалізація створює відчуття владності. Свобода піднеслась до рангу найвищої вартості. Чим більше свободи на екрані, як говорить З. Бауман, тим більше мучать і зводять спокуси з реклам торгових центрів [18, с. 18–20]. Свобода в такий спосіб прирівнюється до свободи вибору товару чи послуги.

Усі ці елементи спричиняють створення міфу *бога-споживача*, де людина посідає безпосередню владу досягнення відчуття „задоволення” і „щастя”. У підсумку влада в інституційному вимірі (наприклад, державна влада) втрачає монополію на управління достатком і безпекою простого громадянина. Можливість досягнення „задоволення” і „щастя”, а через це одночасно й відчуття безпеки поза „суспільним договором” – одним з найважливіших суспільних міфів, в цьому випадку поза інституцією влади, призвело до корінних змін в політичному просторі (політиці). Левіафан – абсолютна істота, покликана керувати владою, втрачає свої сакральні властивості; в таких реаліях людина почувається творцем нового світу, нової дійсності.

Ефектом створення міфу *бога-споживача* є потреба редефініції поняття влади і способів участі людини як у публічному, так політичному житті. Виникає також потреба трансформації сучасного способу розуміння демократії.

Сучасний світ одночасно переживає міф суцільної загрози. Так, як і в попередньому випадку, він ґрунтується на кореляційних передумовах певних пізнавальних, інформаційних та емоційних процесів. Міф повсюдної загрози як і міф *бога-споживача*, посідаючи ірраціональний стосунок до реальності, модифікує її, творячи нову уяву [19, с. 75]. Відтак створенню міфу *суцільної загрози* слід завдячувати: міфу *бога-споживача*, де влада втратила свій сакральний характер, володарем реальної влади над досягненням „щастя” стала окрема людина, яка вже не потребує „абсолютної істоти”, Левіафана; а також розвитку нових комунікаційних технологій, зокрема засобів масової інформації, які спричинились до створення відчуття загрози, втрати своєї ідентичності.

Запропонована теза, яка стосується створення міфу суцільної загрози, виникає з докладної обсервації інформації засобами масової інформації. Прагнучи „завоювати” споживача (глядача, читача, слухача), вони звертаються до явищ, які викликають найбільші емоції. Закладена в інформацію загроза для функціонування окремої людини і людства загалом є найкращим резонансом.

Відтак створені мас-медіа відчуття загрози становлять найбільш життєвий ґрунт для створення міфу, який єднає подібних до себе людей в одну ірраціональну спільноту захисників. І в цьому випадку міф буде оборонною противагою.

Вказуючи на постійні загрози, які створюються у надмірно динамічному сучасному світі, що виливається у масове безробіття, екологічні катастрофи тощо, засоби масової інформації створюють також відчуття нестабільності і загрози [20, с. 53–69]. Поява нових постійних загроз, а саме браку стабільності світової економіки, загроза перед втратою ідентичності є інспірацією для змін, які з'являються в сучасній політиці. Найкращим прикладом цього є створення нових націоналізмів, які стають відповіддю на загрозу перед втратою національної ідентичності, а також

якісно нового тероризму. Ці процеси здійснюють великий вплив на спосіб розуміння власної і чужої ідентичності, змінюючи саму природу (і структуру) влади, стають також причиною створення нових інституцій, покликаних регулювати інші загрози.

Яскравими прикладом можуть слугувати терористичні замах на вежі Всесвітнього торгового центру (*World Trade Center*) у Нью-Йорку, які побачив весь світ на екранах своїх телеприймачів; страти заручників різного роду терористичними організаціями, що відбувалися дуже часто в супроводі відеокамер. Усі ці явища творячи міф загрози, призвели до зміни сучасної міжнародної політичної ситуації. Війна з тероризмом стає лейтмотивом реалізації зовнішньої політики багатьох держав.

Висновки. У сучасному ілюзорному світі мас-медіа, позбавленому часових і просторових меж, характерною ознакою якого є надмірна швидкість переміщення інформації, де кожен з акторів суспільно-політичного життя має до неї доступ, виникає потреба відходу від монотеїстичної уяви міфу. На перше місце виходять міфи, що регулюють суспільні відносини, які силою всеохоплення політикою стають політичними відносинами. Мас-медіа спричиняються до того, що в сучасній дійсності споживацькі чинники (дії) є основним простором реалізації свободи. У споживацькому спектаклі, де „товар тотально опановує суспільне життя”, людина має можливість реалізації „задоволення” і досягнення „щастя”. З’являється не лише можливість досягти „задоволення” і „щастя”, але також і відчуття „безпеки” поза „суспільним договором”. Левіафан – істота абсолютна, покликана до вчинення влади, втрачає свої сакральні властивості, в представлених реаліях людина відчувається творцем нового світу, нової політичної дійсності.

1. Arendt H. *Kondycja ludzka*. – Warszawa, 2000. 2. Benhabib S. *Trzy modele przestrzeni publicznej* // *Krytyka polityczna*, 2003. – № 3. 3. Za: Burszta W.J. *Logos i mythos w antropologii kultury*. – [Цит. 2007, 14 лютого]. – Доступний з: <<http://nauki.sieczki.pl/index.php?p=psy/14.php>>. 4. Biernat T. *Mit polityczny*. – Warszawa, 1989. 5. May R. *Błaganie o mit*. – Poznań, 1997. 6. Szyjewski A. *Teoria mitu. Wybór tekstów*. – Kraków, 1997. 7. Cassirer E. *Esej o człowieku. Wstęp do filozofii kultury*. – Warszawa, 1998. 8. Za: Biernat T. *Mit polityczny*. – Warszawa, 1989. 9. Burszta W. *Po co nam ta rzeczywistość. Ekran, mit, rzeczywistość*. – Warszawa, 2003. 10. Baudrillard J. *Przed końcem*. – Warszawa, 2001. 11. Buksiński T. *Współczesne filozofie polityki*. – Poznań, 2006. 12. Barthes R. *Mitologie*. – Warszawa, 2000. 13. Campbell J. *Potęga mitu*. – Kraków, 1994. 14. Baudrillard J. *Przed końcem*. – Warszawa, 2001. 15. Cassirer E. *Esej o człowieku. Wstęp do filozofii kultury*. – Warszawa, 1998. 16. Wnuk-Lipiński E. *Świat międzyepoki. Globalizacja, demokracja, państwo narodowe*. – Kraków, 2004. 17. Debord G. *Spółczesność spektaklu*. – Gdańsk, 1992. 18. Za: Jawłowska A. *Wokół problemów tożsamości*. – Warszawa, 2002. 19. Biernat T. *Mit polityczny*. – Warszawa 1989. 20. Beck U. *Spółczesność ryzyka. W drodze do innej nowoczesności*. – Warszawa, 2004.