

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)»
Институт социально-гуманитарных наук
Кафедра «Социология и политология»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент,

_____/_____
« ____ » _____ 2017 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой,

к.психол.н., доцент

_____/Н.Г. Хвесюк/

« ____ » _____ 2017 г.

**Образ врага как элемент современного политического мифодизайна
Российской Федерации в период третьего президентского срока В.В. Путина**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ЮУрГУ – 41.03.04. 2017. 1399. ВКР

Консультант,

_____/_____
« ____ » _____ 20 ____ г.

Руководитель, ст.преподаватель

_____/С.В. Докучаева /
« ____ » _____ 2017 г.

Консультант,

_____/_____
« ____ » _____ 20 ____ г.

Автор

студент группы СГ – 408
_____/М.С. Сыромятов /
« ____ » _____ 2017 г.

Консультант,

_____/_____
« ____ » _____ 20 ____ г.

Нормоконтролер, профессор

_____/В.Е. Хвощев /
« ____ » _____ 2017 г.

Челябинск 2017

АННОТАЦИЯ

Сыромятов М.С. Образ врага как элемент современного политического мифодизайна в Российской Федерации в период третьего президентского срока В.В. Путина. – Челябинск: ЮУрГУ, СГ–408, 2017. – 76 с., 4 табл., библиогр. список – 78 наим., 1 прил.

Объектом исследования является политический мифодизайн как средство управления сознанием граждан.

Цель выпускной квалификационной работы – изучение роли архетипичного «образа врага» в политическом мифодизайне России в период с 2014 по 2016 год.

В процессе исследования был проведен качественный контент-анализ итоговых годовых выпусков новостной передачи «Воскресное время» на Первом канале российского телевидения за 2014–2016 гг.

В результате проведенного анализа были выявлены особенности формирования образа «врага» в сознании граждан РФ посредством центрального телеканала, также были определены теоретические и практические особенности использования образа «врага» в политическом мифодизайне России в период третьего президентского срока В.В. Путина.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	7
СРАВНЕНИЕ ПЕРЕДОВЫХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ.....	11
1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МИФОДИЗАЙНА	
1.1 Основные подходы к анализу политического мифа.....	13
1.2 Понятие «политического мифа» и теоретические особенности политического мифодизайна	21
1.3 Политическая мифология как средство управления общественным сознанием	32
2 «ОБРАЗ ВРАГА» КАК ЧАСТЬ СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ МИФОЛОГИИ В РОССИИ	
2.1 Истоки формирования образа «врага» и его функции в политической мифологии России	39
2.2 Принципы конструирования «образа врага» в политическом мифодизайне	47
2.3 Изучение процесса формирования «образа врага» с помощью СМИ в общественном сознании граждан РФ в период с 2014 по 2016 гг.	57
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	67
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	74
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Содержательный анализ сюжетов, содержащих образ «врага» в новостных выпусках на телевидении.....	79

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире политика представляет собой специфическую по целям и средствам воздействия на людей сферу: в центре внимания политиков в последние 100–150 лет лежит сознание индивида и способы воздействия на него для максимально эффективного достижения тех целей, которые ставит перед собой политическая элита и государственные структуры.

В последние десятилетия способы управления сознанием людей непрерывно совершенствуются и по содержанию, и по средствам передачи, и по методам воздействия. Этот процесс сопровождается ростом научного интереса к теоретическим проблемам сознания: общественного и политического, к проблеме образности, символичности восприятия и мышления, а также к феномену мифологичности сознания и целенаправленному процессу конструирования мифов в социально-политической реальности.

Человеку с древних времен в процессе освоения материального мира приходилось сталкиваться с неизвестными явлениями, необъяснимыми событиями, пугающими или наоборот привлекающими объектами реальности. И всегда существовала необходимость объяснить происходящее, уменьшить уровень неопределенности и неизвестности. Для этого люди создавали целые системы, объясняющие явления окружающего их мира в рамках существующего на тот момент понимания себя и того, что происходило вокруг. Реальность населялась человекоподобными, но при этом божественными существами, конструировались картины мира, объясняющие природные явления, закономерности развития общества, причины возникновения конфликтов между представителями разных племен, народов и т.д. Иными словами человек создавал мифы, помогающие ему выживать в непонятном и часто враждебном мире, изменять этот мир, совершенствовать его и управлять им. При этом, миф создавал иллюзию управления, но эта иллюзия позволяла действительно менять реальность, так как ощущалась людьми как истина, а не как иллюзия.

Развиваясь и изучая мир более глубоко и досконально, человек сформировал такие формы сознания как научное, философское, обыденное, но мифологическое сознание не только не исчезло, но пронизало собой и другие формы сознания, адаптировавшись к новым формам реальности.

Наиболее активно мифологическое сознание и мифы в настоящее время используются в политической сфере общества. Мифы создаются политиками, политтехнологами, политическими лидерами и непрерывно транслируются посредством СМИ, которые являются основным каналом внедрения мифологических политических и социальных конструкций в массовое сознание.

Актуальность выбранной нами темы исследования заключается в том, что для кризисного периода, в котором в настоящее время находится Россия, характерна активная мифологизация сознания населения властью, осуществляемая целенаправленно и систематически с помощью различных средств политической пропаганды. И в данном случае изучение процесса политического мифотворчества может помочь пониманию происходящих политических событий, основных закономерностей развития общества на данном этапе, а также особенностей формирования массового сознания и того, каким образом власть пытается им управлять. Это в свою очередь даст возможность предположить, какие цели преследуют политические акторы и на что, направлена их деятельность.

Целью данного исследования является изучение роли архетипичного «образа врага» в политическом мифодизайне России в период с 2014 по 2016 г.

Объектом нашего исследования является политический мифодизайн как средство управления сознанием граждан.

Предметом – «образ врага» как элемент конструирования политических мифов в России в период третьего президентского срока В.В. Путина с 2014 по 2016 г.

Для достижения поставленной цели мы планируем решить следующие исследовательские задачи:

1. проанализировать теоретические основания понятия «миф», изучить специфику и функции политического мифа, а также определить особенности политической мифологии в сфере управления общественным сознанием;

2. исследовать основания существования и признаки «образа врага» в общественном сознании;

3. выявить особенности формирования и использования «образа врага» как архетипичного символа в политическом мифодизайне России в период третьего президентского срока В.В. Путина.

Новизна данного исследования заключается в изучении роли архетипических образов в конструировании политических мифов в условиях современной политической реальности России, а также в изучении особенностей политического мифодизайна в кризисные периоды развития российского общества.

Теоретическую и методологическую основу исследования составили такие методы как системный, структурно-функциональный и сравнительно-исторический подходы.

Эмпирическую базу исследования составляет контент-анализ новостной передачи «Воскресное время» по Первому каналу, выходящее в последнее воскресенье года и являющейся итоговым выпуском новостей. Мы решили выбрать для своего исследования новостную передачу Первого канала, так как он является самым рейтинговым.

Для того, чтобы продемонстрировать особенности процесса формирования «образа врага» в общественном сознании граждан России, мы взяли для анализа итоговые годовые выпуски новостной передачи «Воскресное время» на Первом канале за 28.12.2014, 27.12.15 и 25.12.16 г. Выбор данного временного периода объясняется тем, что именно с 2014 года началось резкое ухудшение ситуации на международной арене в связи с присоединением Крыма к России, сбитым малазийским Боингом, введением санкций в отношении Российской Федерации и

ответных санкций нашего государства. Все эти события вызвали резкий всплеск враждебных настроений внутри России и по отношению к ней, и на этой волне вновь активно стала использоваться риторика «друг-враг», «свой-чужой».

Метод контент-анализа позволит нам изучить место «образа врага» в современной картине политической реальности с точки зрения мифодизайна.

Обоснованность выбора данного метода исследования и эмпирического материала обуславливается следующими факторами:

1. сознание мифологично, мифы конструируются для управления общественным сознанием людей;

2. СМИ являются основными каналами трансляции мифов, наиболее сильное воздействие оказывает телевидение;

3. большинство населения стремится быть в курсе событий в стране и в мире, и поэтому регулярно смотрит новости;

4. итоговые новостные выпуски в конце года по федеральным каналам являются квинтэссенцией информационного пространства, так как в конце года подводятся итоги и формируются настроения и ожидания людей на следующий год, поэтому данные выпуски максимально информативными для проведения анализа идеологической политики государства, преобладающих способов информационного воздействия на граждан, используемых мифологических конструкций.

Практическая значимость данной работы заключается в изучении реальных механизмов воздействия на массовое сознание населения со стороны государства, а также в определении места и роли архетипичного «образа врага» в политических мифах современного политического мифодизайна.

Результаты работы могут использоваться органами государственной власти для корректировки своего воздействия на сознание граждан и для разработки конструктивного образа политической и социальной реальности, способствующего развитию общества.

СРАВНЕНИЕ ПЕРЕДОВЫХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Крупнейшие представители философской мысли XX-XXI вв. занимаются проблемой мифа. Основы изучения специфики мифа и его философии были заложены в XIX веке Ф. Шеллингом, который считал, что наука и миф равноценны, так как своей целью ставят постижение истины.

Среди тех, кто первым в новейшее время глубоко исследовал проблему символичности и мифа, был немецкий философ Эрнст Кассирер, который оказал существенное влияние на формирование философской мысли XX-XXI вв.

Также изучением различных аспектов мифа как явления занимались такие ученые как М. Элиаде [73], Г. Хюбнер [63], Дж. Кэмпбелл [27], Ж. Сорель [54], который первый выдвинул идею о том, что миф способен конструировать социальную реальность и управлять ею. Его идеи развивали Р. Барт [2], Ж. Бодрийар, П. Бурдьё, П.С. Гуревич [14], К. Манхейм.

Миф и мифологические формы сознания стали предметом анализа в работах Т. Адорно, Р. Барта [2], Ж. Бодрийара, А. Голлана, Я.Э. Голосовкера. Мифологический аспект языка исследован в работах Р. Барта, Ю. Кристевой, У. Эко [68]. Значительный вклад в развитие идеи о включенности мифа во все сферы деятельности человека внесли Ю.М. Антонян, Т.А. Апинян, М.А. Богданова [3], Л.Н. Воеводина, А.М. Лобок [34], Е.М. Мелетинский, К. Роже, М. Стеблин-Каменский [68].

В отечественной литературе советского периода до недавнего времени большинство работ, затрагивающих те или иные аспекты политического мифа, выстраивались в соответствии с принятыми идеологическими «табу». Политический миф рассматривался как форма «ложного» сознания, свойственная «буржуазной» идеологии. Практически все исследования сводилось к изложению и критике западных концепций политического мифа.

Буржуазная идеология и политический миф, тем самым, в известной мере отождествлялись. В противоположность выдвигалась марксистско-ленинская идеология, по своей природе и научному характеру якобы исключая мифотворчество (работы Гудкова Л., П.С. Гуревича, и других авторов) [13, 14].

Исключение для советского периода российской истории составляют работы А.Ф. Лосева [29, 30], который считал мифологию равноправным партнером любой формы знания и в работе «Диалектика мифа» дал существенно-смысловое, т.е. прежде всего феноменологическое раскрытие мифа, как необходимой категории сознания и бытия. Кроме того, здесь необходимо назвать работы таких авторов как Евгеньева Т.В. [18], Кара-Мурза С. [22, 23], Лифшиц М.А. [36] и др.

В течение последнего десятилетия стали появляться научные работы, рассматривающие проблемы политической мифологии. Многие из них были посвящены проблемам современного мифологического сознания, манипулированию общественным сознанием, отдельным аспектам политической мифологии. Возникло целое направление изучения мифологии в рамках концепции социокультурного кризиса (Т.В. Евгеньева [18], Шестопад Е.Б. [42, 68] и др.) «Героический миф» исследуется в работах Н.Г. Щербининой. Национальный политический миф подробно анализируется в работе А.Н. Кольева [25], но с идеологических позиций.

Изучение образа «врага» также имеет большое значение в научных исследованиях отечественных и зарубежных ученых. Среди советских и российских ученых, занимавшихся этой проблемой были Б.Ф. Поршнев [47], И.Б. Гасанов [10], Е.С. Сенявская [52, 53], Л. Гудков [13], Л. Гозман [12], А.М. Филатов [61]. Зарубежные исследователи, изучавшие вопросы формирования образа «врага», его содержания и особенностей восприятия это В. Липман [75], Дж. Лерсен [74], Ванден Берге [4], Дж. Франк [76], Р. Рейбер [77], Д. Хоровитц [78] и др.

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МИФОДИЗАЙНА

1.1 Основные подходы к анализу политического мифа

Сложность самого понятия «миф» обуславливает наличие множества подходов к анализу его содержания. Это объясняется тем, что «миф» рассматривается с разных точек зрения и ему ищут применение в различных областях социального и научного знания.

Далее мы рассмотрим основные подходы к анализу такого явления как «политический миф».

Лосев А.Ф. в своей работе «Диалектика мифа» разработал новое понимание мифа в целом [31]. Он отрицал идею о том, что миф субъективен, и говорил о необходимости разрешения следующей задачи: необходимо понять, что исследователи пытаются получить, изучая миф. С одной стороны, можно говорить о том, как мы относимся к мифу, чем его считаем и как воспринимаем со стороны, и тогда он действительно субъективен и может быть сведен к детским сказкам и выдумкам. С другой стороны, можно говорить о том, какова сущность мифа, и как мы можем эту сущность раскрыть. И в этом случае речь идет о реальности, конкретности и жизненности, которые воплощаются в мифе для его носителя.

Лосев в своем произведении отмечал: «Миф – есть сама жизнь...Миф не есть бытие идеальное, но жизненно ощущаемая, вещественная и реальная телесность...» [31, с. 41].

Ученый сравнивая мифологическое и научное сознание отмечал сложность последнего и необходимость обладания специальными навыками мышления, например, абстрактных выводов, в то время как первое общепонятно и обладает непосредственностью и наивностью. Из этого исследователь делал вывод о том, что научное сознание никак не может уничтожить мифологическое, в первую очередь потому, что наука не дает ответы на такие вопросы как смысл жизни, цель истории, тайна смерти и т.д., в то время как мифология стремится дать на них исчерпывающие ответы. Вообще особенность мифа в том, что он стремится сделать

максимально простым и доступным самые сложные и необъяснимые вещи, а его главная цель, по мнению Лосева – поддержка гармонии личности, общества и глобального миропорядка в целом.

К. Хюбнер, исследовал миф с точки зрения его рациональности, и утверждал, что мифу она не чужда, и по формальным признакам мифическая модель объяснения сравнима с научной. Однако имеются и отличия, главное из которых заключается в том, что миф не стремится установить все возможные логические связи и свести все в единую картину, лишенную противоречий и необъяснимых «белых пятен», разрывов времени и пространства и т.д. [63].

При этом можно говорить о том, что в массовом сознании пространство, как и время воспринимается фрагментарно, основным переживанием здесь является соотнесение индивида с некоей группой, и вытекающее отсюда деление на «близких/своих» и «далеких/чужих», что в еще более упрощенном виде принимает форму такой мифологемы как «мы – они». Данная конструкция чрезвычайно устойчива и уже многие века воспроизводится через область бессознательного в сознании и поведении людей. К. Юнг объяснял эту устойчивость таким явлением как «проекция», что означает перенос сферы бессознательного на некий объект, в котором скрытое ранее проявляется [72]. Наиболее ярко проекция проявляется в политической пропаганде, где объектами страхов становятся некие внешние враги, например, евреи, правительство других стран, олигархи.

Мифологическим, как уже отмечалось выше, может быть и время, в котором особо значимым периодом является период преобладания хаоса и стремление к космосу. Именно это положение лежит в основе традиционной мифологии, которой свойственно разграничение раннего времени (сакрального) и последующего (профанного) времени. И в мифическом времени все события принимают форму образца для воспроизведения. Именно в этом кроются все представления о «правильном» мироустройстве в прошлом, о нарушении этого гармонического

порядка в настоящем и о всеобщем упадке человечества, за который оно должно быть наказано, к примеру «концом света», «глобальным потеплением», «новейшими эпидемиями» – способы наказания зависят от уровня развития общества в целом, от накопленных знаний и наиболее распространенных образов массового сознания, обусловленных культурно-историческим контекстом [44, 48, 64].

Миф представляет собой неотъемлемую часть жизни. И при этом, при исследовании мифа необходимо осознавать, что для его последователя и для стороннего наблюдателя, это совершенно разные вещи. Главной проблемой внешнего и внутреннего восприятия мифа является то, что наблюдатель видит нелогичность мифологической конструкции, ее несоответствие действительности. Носитель же мифа никогда не сравнивает миф с реальностью, так как для него они идентичны. При этом, наблюдатель может находиться во власти собственных мифов, которые будут реальностью для него, и он даже не сможет понять, что его сознание в определенной степени также мифологично [64, 66].

Миф вообще не нуждается в какой-либо проверке, и более того, он тщательно оберегается от тех явлений действительности, которые могут поколебать его истинность или заронить сомнения в его реальности.

Миф в разные времена анализировали с разных точек зрения.

К примеру, во времена Античности миф толковали с позиции аллегии. Этот подход преобладал также в Средние века и в эпоху Возрождения. Платон рассматривал миф как инструмент образной иллюстрации философских выкладок, и считал мифы должны отбираться для использования, и пригодны к нему только идеальные мифы. По его мнению миф позволял гражданам эмоционально воспринимать государство, что является полезным средством управления. И политический миф в его теории – это некая аллегория, служащая управленческим целям [46, с. 96–105].

Во времена Просвещения миф воспринимался как производное обмана, то, с чем необходимо бороться [66].

Научная интерпретация мифа стала распространяться только в XIX веке. И именно тогда стали появляться новые подходы к пониманию этого феномена [46].

«Лингвистическая школа», представителями которой были В. Шварц, А. Кун, А.А. Потебня [47] и др., говорила о том, что миф возник из-за потери первоначального смысла понятий, которые обозначались первобытными людьми через конкретные признаки с помощью метафор.

Антропологическая школа рассматривала миф как результат объяснения первобытными людьми пугающих и необъяснимых явлений окружающего мира. В рамках данной школы возникла ритуалистическая концепция Фрезера, и функциональная теория Б. Малиновского, который высказал идею о том, что в первобытных обществах миф не только объяснял окружающий мир, но и имел ряд функций, направленных на поддержание традиций и преемственности в культуре. Так же он устанавливал нормы поведения, моральные принципы и поддерживал порядок в обществе [36, с 278–282].

Французская социологическая школа (Э. Дюркгейм, К. Леви-Брюль) акцентировали свое внимание при изучении мифов на социальной психологии, коллективности. Дюркгейм говорил о неразрывной связи религии и мифологии, относят к коллективным представлениям [17, с. 95–139].

К. Леви-Брюль в свою очередь смог определить специфику мифологического мышления, которое в отличие от научного является аффективным. В своей теории автор делал упор на эмоциональных импульсах и неких магических представлениях. Его вклад в понимание природы мифа заключается в появлении психологических интерпретаций последнего [33].

Психоаналитическая школа, представителями которой являлись З. Фрейд, К. Юнг, А. Адлер, М. Элиаде рассматривали миф как некий продукт сферы

бессознательного, иррациональный по своей природе и содержащий не реализованные желания, идеи и страхи. Фрейд считал миф, не обманом или заблуждением, а иллюзией [59].

К. Юнг, опираясь на идеи Фрейда, также брал за основу теорию Дюркгейма, и разработал теорию коллективного бессознательного, фундаментом которой стало понятие «архетипа» – конструкции сознания, состоящей из символических прообразов, закрепляющих культурный опыт человечества. Именно с позиций изучения архетипов Юнг анализировал феномен массового сознания нацистской Германии, что дало импульс для развития нового направления в исследовании социально-политической мифологии [67, 361–379].

Дж. Кэмпбэлл, последователь Юнга, занимался изучением мифологемы «героя», разработав своеобразную теорию мономифа о герое, в котором обязательно есть такие точки сюжета, как уход героя из дома, испытания, приключения, опыт социальной инициации [27, с. 59–235].

М. Элиаде, занимался изучением мифологического пространства и времени, и говорил, что люди стремятся уйти от исторического времени в мифологическое, с помощью коллективной памяти, являющейся хранилищем архетипов, и создавая мифы, помогающие бороться с историческим временем [70, с. 154–181].

Еще одним подходом к изучению мифа был структуралистский подход, основателем которого является К. Леви-Стросс. Ученый пытался преодолеть разрыв между сферой чувственного и умопостигаемого. И делал это с помощью пар противоположностей, основанных на сенсорных качествах: «холодный/горячий», «мягкий/твердый» и т.д. Эти противоположности демонстрируют некую систему координат, описывающую особым образом организованный фонд коллективного разума. То есть здесь уже речь идет не об индивидуе, а о коллективном субъекте, который преобразует смысловое пространство мифов, и создает свой тип рациональности, свойственный понятийной мысли [34, с. 12–13].

Р. Барт, принадлежавший школе французского структурализма, рассматривал миф как вторичную семиологическую систему, включающую в себя три части: означаемое – означающее – знак. Исследователь считал, что миф превращает историю в идеологию, и говорил, что язык отражает реальность, а миф искажает язык, а значит и реальность. Очевидно, что Барт, как и Юнг, критически относился к мифам, в том числе и к политическим [2, с. 239].

Миф также анализировался с точки зрения символической теории, автором которой является Э. Кассирер. Миф в данной концепции является сложной символической формой, находящейся между религией и наукой. Ученый пришел к выводу, что мифологическое мышление, конкретно-чувственное по своей природе может обобщать, только с помощью знаков, символов, то есть становясь ими. И мифологическое сознание поэтому можно сравнить с кодом, для которого нужен ключ. Миф предстает в теории Кассирера как способ творческого упорядочивания и познания реального мира. Именно Кассирер впервые сделал вывод о том, что политический миф обладает двойственной природой: с одной стороны, он является порождением массового сознания, а с другой стороны, он целенаправленно производится идеологами власти для достижения конкретных политических целей и задач. Поэтому важно учитывать «естественные» и «искусственные» аспекты существования политических мифов [28].

Распространено и такое направление в изучении природы мифов как социально-психологическое. В этом направлении работали Вундт, Г. Тард, Г. Лебон. Они рассматривали глубинные психические процессы, которые приводят к появлению мифов, изучали поведение человека под воздействием и внушением, исследовали способности мифов управлять поведением людей.

Г. Тард впервые указал на колоссальную роль, которую играют средства массовой информации в формировании общественного мнения и какое влияние они могут оказывать на массовое сознание [3].

В рамках этой школы так же занимается исследованиями С. Московичи, который развивает теорию социальных представлений. Ученый считает, что мифы играют ключевую роль в управлении массами, так как именно мифические образы лежат в основе вождизма, и люди, движимые коллективным бессознательным стремятся подчинить себя авторитетам, управление ими сродни гипнозу, основанному на пропагандистских идеях. Именно идеи делают возможным управление массами, однако для этого они должны быть внедрены в сознание людей. Эти идеи и есть политические мифы и представления, которые легко конвертируются в действия и поведенческие установки [68].

Существует также материалистическое понимание мифа, оно берет начало в эпохе Просвещения и свойственно марксистским теориям. Здесь миф понимается как нечто выдуманное, иллюзорное отражение реальности, являющееся продуктом изжившей себя формы сознания.

Ф.Х. Кессиди считал миф специфической формой мироощущения, содержащее в себе представления о мироустройстве, а также объяснения явлений окружающего мира. Миф, по его мнению отражает мечты и представления о жизни людей. Через мифы люди пытаются компенсировать то, чего они лишены в реальности. Именно поэтому мифотворчество сохраняется и в реальной жизни. В этом же состоит и главная опасность политических мифов – они позволяют легко управлять сознанием людей, активизируя стадные, низменные чувства и инстинкты [68].

В рамках социологического подхода к изучению мифов работает А.Г. Эфендиев, который считает, что с помощью мифов можно понять механизмы регуляции общества. Он выделяет ряд функций, которые выполняет миф в современных обществах, и отмечает, что каждое общество имеет свою эмоционально-мифологическую картину мира, которая формируется через СМИ, кино, искусство, литературу и т.д. [63].

Несмотря на то, что стремление объяснить использование мифов в политической сфере относится еще к античности, первым кто ввел термин «политический миф», был Ж. Сорель. Именно он выдвинул теорию политического мифа и развел понятия мифа и утопии. Миф, согласно Сорелю, является отражением истинных потребностей и желаний как общества в целом, так и отдельных классов, слоев. Миф по его мнению идеологичен, не являясь при этом заблуждением, а также несет в себе функцию социального познания. При этом Сорель характеризует миф как процесс, а не состояние, так как концепция вызывает образы, которые в свою очередь вызывают чувства. И миф является относительным явлением, так как выражает чувства различных социальных слоев, которых может быть большое количество в обществе [54].

Еще одним направлением анализа мифов связано с тем, чтобы понять соотношение мифа и идеологии. Существует теория, отождествляющая эти понятия, в ней работали Ф. Парето, К. Мангейм, Р. Барт [2, 56].

Также в конце XX и в начале XXI вв. актуальным стал вопрос о роли СМИ в создании и распространении мифов. Канадский философ Маклуэн считает, что в постиндустриальном обществе мифы являются продуктом массового производства, а телевидение представляет собой ключевой источник мифотворчества. И СМИ играют основную роль в формировании идеологий государства и мифологизации массового сознания [66].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что существует множество подходов к анализу природы политического мифа как подвида мифа в целом.

Первые попытки осмысления природы мифов были предприняты в Античности, затем идеи развивались в эпоху Возрождения и Просвещения.

В эпоху Просвещения миф стали воспринимать как продукт отжившей формы сознания, обман, и деструктивный способ восприятия реальности.

Дальнейшее развитие философско-политической мысли привело к формированию символического, психоаналитического, структурно-функционального, социологического подходов к анализу мифов, в том числе и в сфере политики.

Ученые ушли от понимания мифа как пережитка первобытной формы сознания и признали его самостоятельную природу, содержащую явные и скрытые противоречия, требующие изучения.

Также началось изучение процесса сознательного конструирования мифов и их влияния на поведение людей. Многие исследователи видели разрушительную силу мифов и говорили о том, что мифологическое сознание никуда не делось, так как научному сознанию не под силу вытеснить эмоционально-чувственное восприятие реальности.

Также важным аспектом при анализе мифов стало их сращение с идеологией, и рост роли СМИ в создании и трансляции мифологических конструкций на население.

В настоящее время очевидно, что оценить уровень мифологичности сознания людей является сложной задачей, но можно предполагать, что он очень высок и на него не влияет уровень и качество накопленных научных знаний, так как они могут легко встраиваться в мифологическую картину мира людей, не подрывая ее основ, а наоборот укрепляя их.

1.2 Понятие «политического мифа» и теоретические особенности политического мифодизайна

Существует множество методологических и теоретических подходов к изучению и пониманию феномена мифа и мифотворчества. В изучении мифа можно выделить ряд направлений, с помощью которых выявляются различные аспекты и формы существования мифа в культуре, закономерности его функционирования и влияния на общественное сознание. Первые попытки осмысления мифологического

наследства предпринимались уже в античности. Господствующим было аллегорическое толкование мифа, сохраняющееся в эпоху средних веков и Возрождения. Платон, придерживаясь данного направления, определил, что миф обладает воспитательной силой воздействия на сознание людей, и может быть целенаправленно использован для этих целей.

Проблематика мифа в работах Кассирера анализируется в следующих трудах: «Философия символических форм», «Опыт о человеке. Введение в философию человеческой культуры», «Понятийная форма в мифическом мышлении. Исследования библиотеки Варбурга», «Техника политических мифов». Но, в целом, труды Э. Кассирера являются составным пластом обширного мирового наследия, посвященного данной проблеме [28].

Так, Э. Тайлор в работе «Первобытная культура» и Г. Спенсер в «Основаниях социологии» дают аллегорическую трактовку мифа. У этих авторов мифические истории понимаются как аналогии и интерпретации природных сил. М. Мюллер на страницах своих трудов «Религия как предмет сравнительного изучения», «Сравнительная мифология» представляет концепцию, согласно которой каждый предмет сначала обозначался через множество атрибутов, тогда как позже из этого многообразия было выбрано одно имя. Мюллер интерпретирует миф как «болезнь языка». Продолжая традиции И. Гете и романтиков, К.Ф. Мориц в своем «Учении о богах» отождествляет миф с поэзией. Он считает, что миф - это результат фантазии и воображения, которая отражается в творческой и организующей силе природы [67].

Этнологи XX века Дж. Фрэзер в «Золотой ветви» и Б. Малиновский в «Магии, науке и религии» раскрыли фундаментальную роль мифа и ритуала в жизни архаического общества [37]. В их ритуально-социологической интерпретации миф представлен как форма бытия. Эта школа сформулировала концепцию, согласно которой миф развился постепенно из ритуалов и затем слился с ними в некое единство.

И. Кант открыл в философии мир субъективности, а психологическая концепция перенесла этот мир на трактовку мифа. Так, К.-Г. Юнг в своем сборнике трудов «Архетип и символ» утверждает, что миф отражает известные фундаментальные образцы и структуры человеческой духовной жизни – «коллективное бессознательное», которое проявляет себя в сновидениях и мифах [69, 72].

В своей структуралистской концепции К. Леви-Строс (работа «Мифология») выявляет в мифе систему, управляющую логическими отношениями предметов между собой [34, 35].

А.Ф. Лосев в «Диалектике мифа» не ограничивается сведением мифа к объяснительной функции, считая, что миф не имеет познавательной цели. По мнению этого исследователя, миф представляет собой вещественное совпадение общей идеи и чувственного образа. Он доказывает тезис о неразделенности в мифе идеального и вещественного, вследствие чего и появляется специфичная для мифа стихия чудесного [31].

Для М. Элиаде («Миф о вечном возвращении», «Священное и мирское», «Очерки сравнительного религиоведения») миф являлся свидетельством прорыва «трансцендентного в наш мир». Поэтому миф в его концепции есть выражение божественной реальности [73].

Немецкий философ Г. Хюбнер в труде «Истина мифа» анализирует миф с использованием средств современной методологии науки. В его работах миф рассматривается как важнейший аспект реальности, равноправно «соседствующий» с другим аспектом, выражаемым наукой [63].

Ж. Сорель первым сформулировал идею о способности мифа конструировать и управлять социальной реальностью [54]. Впоследствии эти идеи продолжают свое развитие в трудах Р. Барта [2], Н.А. Бердяева, Ж. Бодрийара, П. Бурдьё, П.С. Гуревича [14], К. Манхейма.

Необходимо особо выделить работу отечественного ученого Е.М. Мелетинского «Поэтика мифа», которая стала значительной вехой на пути разработки этой философско-культурологической проблематики. Анализируя содержание мифов различных стран и народов, он приходит к следующему выводу: в архаической мифологии в «свернутой форме» содержится весь комплекс представлений о богах и их деяниях. Их прообразом выступают первопредки – демиурги – культурные герои, моделирующие первобытную общину и ее уклад жизни.

Миф и мифологические формы сознания стали предметом анализа в работах Т. Адорно, Р. Барта, Ж. Бодрийара, А. Голлана, Я.Э. Голосовкера. Мифологический аспект языка исследован в работах Р. Барта, Ю. Кристевой, У. Эко. Значительный вклад в развитие идеи о включенности мифа во все сферы деятельности человека внесли Ю.М. Антонян, Т.А. Апинян, М.А. Богдановой [3], Л.Н. Воеводина, А.М. Лобок [37].

В XIX веке, в связи с научным изучением этнических групп, находящихся на ранних стадиях развития, а также с исследованиями в области религии, сложилась антропологическая традиция изучения мифа. В рамках данного направления была выявлена практическая значимость мифологии в жизни традиционного общества, определена связь мифа и ритуала, предпринята попытка получения адекватного представления о жизнедеятельности первобытного человека и эволюции мифологического мышления. Видные представители этой традиции (Э. Тайлор, Д. Фрезер, Б. Малиновский [38], Э. Дюркгейм [17]) внесли свой вклад в разработку социально-философских концепций мифа.

Структурно-семиотический анализ мифа, рассматривал его как древнейшую знаковую форму, изучающую глубинную мифологическую семантику и фольклорные архетипы. Семиотический метод в исследовании мифа в нашей стране применяли О.М. Фрейденберг, В.Я. Пропп, Е.М. Мелетинский, а за рубежом, прежде всего – К. Леви-Строс [34, 35], Р. Барт [2].

Методами аналитической психологии была выведена зависимость поведения людей от мифологических образов подсознания. З. Фрейд ввел новое учение о «либидо», и рассматривал мифы как аллегорическое выражение бессознательных психологических комплексов сексуального плана [62]. К.Г. Юнг, отталкиваясь от фрейдизма, пришел к фундаментальному понятию архетипа, выступающего мифообразующей структурой коллективного бессознательного [71]. Теория юнговских архетипов получила дальнейшее развитие в исследованиях М. Элиаде [73], Дж. Кэмпбелла [27] и др.

Постановка проблемы социально-политической мифологии в качестве историографического феномена возникает в начале XX века. Именно в этот период Ж. Сорель вводит в научный оборот само понятие «социальный миф».

С этого же времени начинается формирование самостоятельной области исследования, предметом которой выступают социально-политические мифы, закладываются основные направления их анализа.

Современность породила также потребность в новых исследованиях политических процессов, связанных с секуляризацией и массивификацией социальных явлений, с воздействием на сознание средств массовой информации, с возникновением тоталитарных режимов и нацизма.

В отечественной литературе советского периода до недавнего времени большинство работ, затрагивающих те или иные аспекты политического мифа, выстраивались в соответствии с принятыми идеологическими «табу». Политический миф рассматривался как форма «ложного» сознания, свойственная «буржуазной» идеологии. Практически все исследования сводились к изложению и критике западных концепций политического мифа.

Буржуазная идеология и политический миф, тем самым, в известной мере отождествлялись. В противоположность выдвигалась марксистско-ленинская

идеология, по своей природе и научному характеру якобы исключая мифотворчество (работы Э.Я. Баталова, П.С. Гуревича [14], и других авторов).

Исключение для советского периода российской истории составляют работы А.Ф. Лосева, который считал мифологию равноправным партнером любой формы знания и в работе «Диалектика мифа» дал существенно смысловое, т.е. прежде всего феноменологическое раскрытие мифа, как необходимой категории сознания и бытия [31].

В течение последнего десятилетия стали появляться научные работы, рассматривающие проблемы политической мифологии. Многие из них были посвящены проблемам современного мифологического сознания, манипулированию общественным сознанием, отдельным аспектам политической мифологии. Возникло целое направление изучения мифологии в рамках концепции социокультурного кризиса (Т.В. Евгеньева [18], С.В. Следзевский и др.) «Героический миф» исследуется в работах Н.Г. Щербининой [66]. Национальный политический миф подробно анализируется в работе А.Н. Кольева [25], но с идеологических позиций.

Наличие множества работ в этом направлении требует их классификации и осмысления с позиций современной науки. Сегодня можно выделить несколько тенденций в изучении политического мифа современными авторами: во-первых, рассмотрение мифа как инструмента манипуляции и акцентировании внимания на идеологическом манипулировании, во-вторых, описание мифа с позиций мистицизма, и изучение общей теории мифа и истоков современного мифологического сознания, в рамках культурологического направления.

Миф можно определить, как базовое коллективное представление существующее в любом обществе [21, стр. 85]. Миф находит свое отражение в мифологическом мышлении, которое не только не исчезло с течением времени, но и стало в некоторых сферах превалировать над другими формами мышления.

Мифодизайн, таким образом, направлен в первую очередь, на массовое сознание, его целью является общество в целом и среда, в котором это общество функционирует. При этом мифодизайн апеллирует к таким явлениям психики человека как иррациональность и интуитивность [21, стр. 85].

Политический миф как социально-политическое явление подвержен следующим тенденциям: с одной стороны, процесс создания мифа уже давно является совершенно целенаправленным и рационализированным, а с другой стороны – в основе политического мифа по-прежнему лежат архетипичные образы и сюжеты, которые не менялись в течение столетий.

Однако век новейших технологий привнес много нового не только в процесс конструирования мифов, но и в процесс их трансляции. Распространение политических и любых других мифов в XX и особенно в XXI вв. происходит с помощью СМИ. Именно средства массовой информации сделали возможным революционный рост мифологичности сознания населения в сфере политики, переведя на экраны телевизоров и компьютеров политическую жизнь и сделав ее доступной для всех желающих. Это привело к тому, что политический мифодизайн перенял основные стратегии рекламного маркетинга для продвижения и внедрения определенных мифологем и стал работать на удовлетворение потребностей населения, даже тех, которые им еще не осознаны, то есть можно говорить о формировании потребностей, а, следовательно, установок, поведенческих реакций и конечно же – ценностей [21, стр. 85].

Можно рассматривать политический мифодизайн следующим образом:

- как технологию использования мифологических приемов, архетипических образов, художественных средств;
- как проектную деятельность по созданию мифов;
- как средство для хранения и трансляции общечеловеческих смыслов, идей, стереотипов [6, 9].

Использование мифологем и компонентов мифологического опыта в разных сферах социального конструирования, таких как политика и реклама позволяет в несколько раз повышать эффективность создаваемых продуктов, облегчает их восприятие и делает процесс усвоения транслируемых образов естественным и не вызывающим отторжения [43].

Можно выделить ряд основных мифологических приемов, которые наиболее активно используются в мифодизайне:

- архетипы и мифологические образы;
- наличие сюжетного противопоставления, обеспечивающего дуальность явлений, которая свойственна мифологическому сознанию;
- применение мифологем, в основе которых лежат потребностные схемы психики человека [29].

Далее мы рассмотрим понятие «архетипа», которое является ключевым в понимании содержания мифологического сознания. Архетипами называют универсальные, общие для всех людей образы, имеющие отражение в восприятии мира, и лежащие в области коллективного бессознательного (Фрейд, Юнг). По мнению таких ученых как З. Фрейд, К. Юнг, сознательные установки и повседневные поведенческие проявления личности не имеют определяющего влияния, первичными же являются именно образы, закодированные на генетическом уровне и хранимые в бессознательном каждого индивида и в коллективном бессознательном человечества вообще. Именно они определяют самые первые и эмоционально окрашенные реакции, управляют поведением, побуждают к действиям [69]. Набор таких образов достаточно ограничен и именно за счет этой ограниченности универсален, то есть подавляющее большинство людей одинаково реагирует на образ «врага», зашифрованный в языковых символах, которые отличаются в разных языках. Но на каком бы языке ни прозвучало это слово, образ

возникающий в сознании людей будет одинаковым по содержанию и эмоциональному заряду [71].

Юнг выделил основные архетипы: архетип Тени, Анимы, Матери или Души, Мудреца, Анимуса, Ребенка [21, стр. 87]. Также существует условная типологизация и разделение архетипов на группы: позитивные архетипы, архетипы экзистенциального содержания, архетипы жизнеустроительные, архетипы времени.

Таким образом, можно дать более развернутую классификацию архетипических образов, которые чаще всего используются при конструировании социально-политических мифов.

Архетипы личностей: архетип Ребенка, который соотносится с архетипом творчества; архетип Анима, архетип Матери или Души, по другой типологии архетип Хранителя, архетип Анимуса (Повелителя, Воина, Героя, который соотносится с Архетипом Осуществления), архетип Мудреца (Архетип Растворения), архетип шута, архетип Искателя, Архетип Друга, Архетип Отца, Архетип Троицы, Архетип Антропоса) [47].

Архетипы экзистенциального содержания: архетип Тени; архетип Трансформации и, как один из примеров архетип Смерти – возрождения; архетип целостности, который связан с архетипом круга; архетип Жизни; архетип Разрушения; архетип Пути.

Архетипы времени: Золотого века, счастливого детства.

Архетипы жизнеустроительные: архетип Земли, архетип Оси мира, архетип Мирового дерева) [45, 46].

Также можно выделить ряд мифологем, их тоже называют архетипами, или мифологическими символами: мифологема имени, руки, глаза, воды, моста, горы, дома, солнца, неба, звезды, дерева жизни, лестницы (арки, башни), колодца (туннеля), спирали (вихря).

Кроме того, определенным архетипичным содержанием наполнены образы животных и растений, но в данном случае помимо более-менее общих особенностей восприятия таких животных как медведь, лиса, обезьяна, змея, у каждого народа существует свое смысловое наполнение образов животных и незнание этого может привести к содержательным ошибкам при конструировании мифов [67, 69].

Необходимо учитывать, что подобное деление архетипов на группы носит условный характер, так как часто эти образы переплетаются и взаимно дополняют друг друга.

Еще одной особенностью политического мифодизайна является использование мифологических сюжетов, повествовательных техник, мгновенно активирующих самые древние отделы головного мозга людей. Использование таких средств выразительности, как аллегория, метафора и т.д. позволяют пробуждать коллективное бессознательное, вызывая у людей необходимые для создателей мифов реакции и действия [11].

В конструировании мифов также используются приемы художественного мифологизма: смещение времени и пространства, нарушение причинно-следственных связей, мифологическая аргументация. Мифологическая аргументация – это способ объяснения чего-либо через логику, свойственную мифу, его средствами и аргументами. Данный вид аргументации очень эффективен для человека, который живет в пространстве данного мифа, и в итоге, при принятии решения, или при формулировании выводов, необходимых для понимания происходящего, индивид руководствуется тем объяснением, которое было ему дано в его мифологической реальности [57]. В качестве примера можно привести использование технологии «эффект ложного обобщения», когда определенные черты представителей какой-либо группы переносятся на все сообщество в целом [39, 42].

Мы уже отмечали ранее еще одну особенность создания политического мифа: противопоставление и дуальность в повествовании. Здесь применяются такие конструкции как «до – после», «негатив – позитив», «сейчас – раньше» и т.д. Это делает миф амбивалентным – то есть, позволяет существовать в его пространстве противоположным вещам, связывая при этом в единое семантическое пространство разделенные временем или логикой фрагменты реальности [64].

Еще один аспект мифодизайна, обозначенный нами выше – это формирование потребностей людей, посредством активирования коллективных потребностей через цепочку индивидуальных. В основе термина «потребностной мифологии» [54, с. 317–322] лежит определение А.В. Уляновского «мотива смещенной потребности», когда реальная потребность или поступок связывается с другими потребностями более высокого уровня, что позволяет управлять потребностями населения, формируя их или активируя нужные [55, с. 8].

Таким образом мы рассмотрели содержание понятия «миф» и описали основные приемы и техники, используемые в социально-политическом мифодизайне.

Можно сделать вывод, что исследователи, рассматривая миф с точки зрения разных подходов и методологических оснований, сходятся во мнении, что современные мифы являются в первую очередь намеренно конструируемыми, этот процесс всегда преследует ряд целей, и подразумевает реализацию определенных технологий для их достижения. Мифы создаются таким образом, чтобы они могли сложиться в определенную мифологическую реальность, заполнив собой пространство в сознании людей, связанное с отдельными сферами объективной реальности, существующей вне человека.

При этом «мифы вырабатываются различными системами и формами культуры – образованием, религией, политикой, рекламой, массовой культурой» [56, с. 118].

Мы в своем исследовании придерживаемся подхода таких ученых как Ж. Сорель, Р. Барт, Н. Бердяев, которые считали, что с помощью мифа можно конструировать социальную реальность и управлять ею.

Политика является частью социальной реальности, обладает всеми ее признаками, а значит использование социально-политического мифа в политической сфере позволяет достигать целей властной элиты и управлять сознанием населения. Для этого используются средства пропаганды и манипуляции общественным сознанием, и создаются социально-политические, публицистические мифы [47].

Политический мифодизайн – это социокультурная технология по конструированию современных мифологических конструкций, которые воспринимаются потребителями политических продуктов в качестве реальности их картины мира, с помощью использования архетипических и других мифологем при создании и распространении различных сообщений массовой, в том числе политической коммуникации [21, 52].

1.3 Политическая мифология как средство управления общественным сознанием

Во второй половине XX в. резко возросла роль информации в связи с увеличением ее объемов, а также значимости для базовых процессов, протекающих в обществе. Общество стало информационным по своей природе, что привело к росту различных воздействий на сознание людей. В политической и культурной сферах, в образовании и науке новые каналы и способы передачи информации привели не только к осознанию природы массового сознания, но и к пониманию того, что им можно управлять.

Политическая мифология с ее образами, сюжетами, характерными особенностями и главное абсолютно реальная для своего носителя стала одним из способов манипуляции общественным сознанием.

Кроме того, постепенно фокус внимания исследователей сместился с изучаемого состояния социума на конструируемый, целенаправленно создаваемый для достижения нужных результатов в виде определенного поведения, мнения, предпочтений.

И это позволяет нам рассматривать политическую мифологию как технологию управления массовым сознанием.

Далее мы рассмотрим соотношение понятий «технология» и «миф».

«Технология» с греческого переводится как знание, ремесло, то есть технология – это определенный способ выполнения каких-либо работ. При этом, технология связана с наукой и мифологией, так как технологическое или практическое знание соотносится с научным или теоретическим. Но практическое знание не нуждается в обоснованиях, и объяснениях, в отличие от научного. Кроме того, оно является встраиваемым в мифологические конструкции, так как мифологическое и технологическое знание представляют собой универсальные формы мышления, представляя жизнь целно в трех измерениях – эмпирическом, метафизическом и трансцендентальном [15, с. 22 – 23].

Различные технологии используются в политической и управленческой сферах. И цель их использования – упорядочивание социальной реальности, воздействие на некий социальный объект для достижения заданного результата. Данные технологии применяются при взаимодействии государства и общества.

Использование информационных технологий, к которым относится и политический мифодизайн, в политической сфере необходимо в связи с рядом следующих причин:

- стремление к упрощению и схематизации политического процесса, вызванное усложнением взаимодействия субъектов политики;

- использование преимущественно социальных технологий для решения тактических задач, в связи с отсутствием государственной идеологии и несогласием основных субъектов политики по поводу ключевых вопросов и проблем общества;
- переход к постмодернизму в культуре, что характеризуется акцентом на подсознание, множественность взглядов и картин мира, стирание границы между виртуальной и объективной реальностью [57].

Социально-коммуникативная технология – это созданная по определенному плану, организованная в систему и имеющая конкретную цель, деятельность по управлению коммуникацией социального субъекта, направленная на решение какой-либо социально значимой задачи [9, с. 10–13].

Д.П. Гавра рассматривает объект социально-коммуникативных технологий в узком смысле как подсознание, сознание и поведение социальных субъектов. В широком смысле объектом является социальное пространство и социальное время, которые управляются с помощью специально организованного процесса коммуникации [9].

Следовательно, объектом социально-коммуникационной технологии является массовое сознание и подсознание различных социальных слоев и групп.

Миф, лежащий в основе политической мифологии, также является базой идеологий, при этом различные идеологии основывались на схожих или идентичных мифах, и с течением времени роль идеологий начала уменьшаться, в то время как роль мифов осталась неизменной, и именно они продолжают создаваться и распространяться средствами массовой информации, заменяя собой идеологии и при этом создавая новые картины мира, якобы свободные от идеологической составляющей, но на самом деле содержащие все те же привычные мифологические элементы, и не давая восприятию людей стать более рациональным и объективным, сохраняя его эмоционально-чувственный характер [7, 15].

Изучение способов воздействия на массовое сознание с помощью политической мифологии на наш взгляд целесообразно вести по двум направлениям: анализ роли СМИ в конструировании и распространении политических мифов и непосредственно используемых для этой цели политических технологий.

Политика не может существовать без мифологизации сознания населения. Сфера политики в обыденной жизни не достигаема для простого человека, он включен в нее только посредством СМИ, Интернета и телевидения. Но все стремятся во властную сферу, хотят быть задействованными в ней хотя бы косвенно, стать соучастниками, как бы «своими» людьми в этой сфере. А так как политические лидеры недоступны для людей, то их образы адаптируются в сознании людей с помощью мифологии, они переносят желаемое в действительность, в реальность и соответственно с этими установками воспринимают того или иного лидера, или политические события. Таким образом, политики имеют в своем распоряжении инструменты создания мифов, восприняв которые, население будет действовать в нужном для власти ключе. Следовательно, миф должен быть привлекательным для людей, обещать им то, в чем они действительно нуждаются [58].

Необходимо определить для чего, с какой целью создается миф, а также выявить потенциального «потребителя» мифа, его основные потребности и ожидания, и, основываясь на архетипах сознания и уже существующих мифологических установках, создавать новый миф, который будет почти таким же, как старый, но более эффективным, или же создать качественно новый миф, который побудит людей к коренному изменению старого образа жизни (если необходимо решить революционную ситуацию или создать фундамент для «новой» жизни, увлечь их новой идеей). Мифы распространяются различными путями и способами: с помощью трансляторов, которыми служат родители, друзья, знакомые и с помощью непосредственно творца мифа, который уже распространяет миф посредством СМИ, Интернета, телевидения и т.д. PR-технологии создают образы политиков-

защитников, политиков-борцов, политиков-мудрецов и т.д. они представляют в выгодном свете события политической жизни, направляют сознание и энергию людей в нужное русло, т.е. управляют и манипулируют сознанием населения [49].

Таким образом, пути появления (получения) мифа как экстраконцепции могут быть самыми разнообразными. Человек может усваивать мифологические установки от предков, через ритуал, священное писание, молитвы (традиционные, эзотерические и пр. мифы). Он может формировать их из опыта общения со своими близкими (семейные мифы). Он может получать их из средств массовой информации (рекламные и политические мифы). Однако в любом случае должна сохраняться главная особенность мифа – восприятие его как данности и невозможность подвергнуть его критической (сознательной) оценке.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Политическая мифология является порождением и способом структурирования и организации массового сознания и коллективного бессознательного, а значит является основным инструментом в процессе создания социально-коммуникационных технологий.

Политическую мифологию можно рассматривать с двух точек зрения: как инструмент и составную часть информационных технологий, и как самостоятельную сферу реализации политических технологий, обладающую определенным набором средств и методов для решения различных задач и достижения целей.

Проведя анализ теоретической литературы по теме мифа, его сущности, особенностей и признаков, мы пришли к следующему выводу. Существует множество подходов к анализу природы политического мифа как подвида мифа в целом.

Первые попытки осмысления природы мифов были предприняты в Античности, затем идеи развивались в эпоху Возрождения и Просвещения.

В эпоху Просвещения миф стали воспринимать как продукт отжившей формы сознания, обман, и деструктивный способ восприятия реальности.

Дальнейшее развитие философско-политической мысли привело к формированию символического, психоаналитического, структурно-функционального, социологического подходов к анализу мифов, в том числе и в сфере политики.

Ученые постепенно ушли от понимания мифа как пережитка первобытной формы сознания и признали его самостоятельную природу, содержащую явные и скрытые противоречия, требующие изучения.

Также началось изучение процесса сознательного конструирования мифов и их влияния на поведение людей. Многие исследователи видели разрушительную силу мифов и говорили о том, что мифологическое сознание никуда не делось, так как научному сознанию не под силу вытеснить эмоционально-чувственное восприятие реальности.

Также важным аспектом при анализе мифов стало их сращение с идеологией, и рост роли СМИ в создании и трансляции мифологических конструкций на население. Мифы создаются таким образом, чтобы они могли сложиться в определенную мифологическую реальность, заполнив собой пространство в сознании людей, связанное с отдельными сферами объективной реальности, существующей вне человека. При этом «мифы вырабатываются различными системами и формами культуры – образованием, религией, политикой, рекламой, массовой культурой».

Мы в своей работе придерживаемся следующего подхода к трактовке политического мифа как явления. Политический миф обладает двойственной природой: с одной стороны, он является порождением массового сознания, а с другой стороны, он целенаправленно производится идеологами власти для достижения конкретных политических целей и задач, именно поэтому с его

помощью можно конструировать социальную реальность и управлять ею. В данной концепции работали Ж. Сорель, Г. Тард, Лосев, Московичи.

Таким образом, политический мифодизайн – это социокультурная технология по конструированию современных мифологических конструкций, которые воспринимаются потребителями политических продуктов в качестве реальности их картины мира, с помощью использования архетипических и других мифологем при создании и распространении различных сообщений массовой, в том числе политической коммуникации.

В настоящее время очевидно, что оценить уровень мифологичности сознания людей является сложной задачей, но можно предполагать, что он очень высок и на него не влияет уровень и качество накопленных научных знаний, так как они могут легко встраиваться в мифологическую картину мира людей, не подрывая ее основ, а наоборот укрепляя их.

2 «ОБРАЗ ВРАГА» КАК ЧАСТЬ СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ МИФОЛОГИИ В РОССИИ

2.1 Истоки формирования образа «врага» и его функции в политической мифологии России

Политические мифы представляют собой сложное с точки зрения содержания и простое по форме и логике явление. В основе мифов лежат архетипы и мифологические образы, мифологические сюжеты, которые переплетаются, усиливают друг друга, создают особую реальность со своей внутренней логикой и системой аргументации. Мифы всегда чувственно-эмоциональны, ориентируются на базовые инстинкты и потребности человека.

Как уже отмечалось в предыдущей главе существует ряд базовых архетипов и образов, таких как архетип Родины, Матери, ребенка, образ врага, своего, чужого и т.д., которые используются для создания объемных, содержательных мифов, становящихся для их носителей реальностью.

В данной главе мы рассмотрим образ «врага» как один из ключевых элементов мифов, конструируемых в современном политическом мифодизайне.

В первую очередь необходимо проанализировать откуда берет свое начало имеющийся в общественном сознании людей образ врага и чем он наполнен содержательно.

Само восприятие некоего субъекта другим субъектом как «врага» имеет глубинные психологические корни и сформировалось в психике человека еще в тот период развития, когда существовали родоплеменные отношения, и окружающая среда была крайне опасна для людей, что приводило к необходимости защищаться от всего неизвестного и чужого, чтобы выжить. Также был важен элемент самоидентификации со своим племенем и отделении от других племен, что приняло форму противопоставления «свой – чужой».

В результате взаимодействия с окружающим миром в сознании людей формировался собирательный образ «врага», который стал неким комплексным

понятием, вобравшим в себя различные негативные явления. Враг мог отождествляться и с реальной, и с вымышленной угрозой, главное, что эта была угроза существования либо социальной общности вообще, либо жизненно-важных для нее ценностей, идей и т.д.

Вообще для гуманитарных наук характерно «включение» понятия «враг» в ситуации противостояния больших социальных групп. Значение и роль образа «врага» возрастают в ситуациях политических и военных конфликтов. В массовом сознании этот образ может быть собирательным, то есть относиться к государству, нации, некоей общности, или персонифицированным, то есть ассоциироваться с конкретной личностью. Главное здесь, по мнению Л. Гудкова, то, что при всех различиях образа «врага» по видам, его «...главная функция – нести представления о том, что является угрозой самому существованию группы, ее базовым ценностям» [13].

Образ врага как социально-психологический феномен всегда формируется в контексте реальных или символических взаимодействий, которые определяются различными видами отношений. В процессе подобных взаимодействий всегда проявляется преувеличение до гиперболы «злостных намерений» врага, он всегда представляется с двух сторон: с одной стороны, враг всегда силен, многочислен, коварен, с другой – он всегда глуп, смешон, уродлив и т.д.

Кроме того, данный образ базируется на стереотипах, предрассудках, негативной идентификации, подвержен очень серьезному влиянию СМИ [5, 8].

Большинство исследователей данного феномена сходятся во мнении, что в межгрупповом взаимодействии образ врага выполняет две основные функции: поддержание социального объекта и дифференциация Своих и Чужих. Врагами, по мнению ученых, становятся те, кто активизирует чувство опасности, угрожает существованию группы [29, с. 52–64].

В социальных и политических отношениях существуют различные основания для «поиска» реальных и мнимых врагов. Г.И. Козырев выделяет такие основания как:

- традиционные, к которым относится уже рассмотренная ранее потребность в групповой самоидентификации, как необходимого условия для выживания социальной группы в окружающей её действительности. Данные основания характерны для любой социальной общности (группы, класса, нации, общества), как способ формирования своей идентичности. «Внешний «враг» способствует укреплению внутригрупповых связей и отношений, объединению всех членов группы для борьбы с внешней угрозой;

- социально-психологические, так как в развитии любого общества «возможен социально кризисный этап, наполненный неопределенностью (аномия по Дюркгейму), идейным и духовным вакуумом». [17, с. 26] Аномия способствует концентрации социальных недовольств и конфликтной энергии, которой необходимо каким-то образом реализоваться в окружающей среде. В этих условиях поиск «врага» является одним из наиболее простых и действенных способов выплескивания энергии конфликта на реальных и мнимых врагов;

- исторические основания, связанные с прошлыми обидами, имевшими место во взаимоотношениях субъектов (стран, народов, этносов, религий). Исторические обиды обычно хранятся в памяти того или иного исторического субъекта на подсознательном уровне. Сами по себе они, как правило, не являются непосредственными причинами конфронтации и вражды. Но если конфликт назревает или уже имеет место, то исторические обиды «извлекаются» в реальную действительность и становятся дополнительными факторами в его развитии. Например, они могут быть использованы для оправдания своих действий и обвинений противника;

- целерациональные основания, возникающие в конфликтной ситуации, причинами которой являются несовместимые интересы и цели двух и более

субъектов (сторон) политических отношений. Данные основания предполагает осознанные действия субъекта, направленные на достижение своих интересов и целей, вопреки желанию и поведению других субъектов. Например, если два государства (народа) претендуют на спорную территорию и при этом, они не идут ни на какие взаимные уступки, и готовы отстаивать свои интересы, то друг другом они могут восприниматься как враги. Во внутренней политике противоборствующие акторы также могут наделять друг друга термином «враг»;

- опосредованная дружба или вражда, является основанием для политических и военных союзов, когда два и более политических актора заключают договор о совместной защите интересов и/или совместной обороне;

- манипулятивные основания, под которыми подразумеваются определенные меры, способствующие тому, что объект манипуляции совершает поступки, не отвечающие его интересам;

- поиск «врага» как способ «переложить свою вину на другого, как стремление присвоить другому свои пороки, помыслы, желания, действия»;

- стереотипы сознания являются тем основанием, которое закладывается в течение долгого периода времени под влиянием негативных событий во внешней и внутренней политике страны. В итоге народы, нации, государства сформировали в массовом сознании некие негативные представления о тех объектах и субъектах, которые приносили вред, разрушения и заставляли жить с чувством непреходящей опасности. Десятилетия «холодной войны» и глобальной конфронтации двух мировых систем для многих людей и целых народов не прошли без последствий, и поэтому любое противоречие в политических отношениях может при определенных условиях стать причиной развития враждебных отношений [24].

В политических отношениях необходимо различать «дипломатическую враждебность», которая может быть вызвана конъюнктурными соображениями частного порядка или эмоциональными высказываниями отдельных политиков, и

целенаправленным формированием образа врага, который призван возбуждать неприязненные чувства у всей нации.

К. Юнг отмечал: «Люди всегда нуждались в демонах и не могли жить без богов» [72, с. 126]. В данном высказывании обозначен один из самых главных психологических механизмов формирования «образа врага», называющийся «проекцией». Раздражение, страхи, неудачи и внутренние конфликты как отдельно взятого человека, так и общества в целом получают ложное объяснение, и вина за них возлагается на совершенно иное лицо или обстоятельство. Ощущение беспомощности в кризисной ситуации вызывает желание осознать себя жертвой чьего-то злого умысла. Такая позиция, с одной стороны, избавляет от необходимости предпринимать конкретные действия, а с другой стороны дает выход накопившимся отрицательным эмоциям.

Истоки формирования образа «врага» в современной России лежат в ее историческом прошлом: большинство негативных идентификаций и стереотипов сформировалось в массовом сознании людей еще в период существования СССР [16, 8].

После окончания Великой Отечественной войны, между странами антигитлеровской коалиции начали развиваться конфликтные настроения. Это было связано в первую очередь с усилением СССР, а также с необходимостью найти нового «врага», в связи с разгромом Германии. Черчилль 05.03.1946г. произносит свою знаменитую речь в Фултоне о железном занавесе и полицейском режиме в странах, где не соблюдаются принципы демократии. «14 марта того же года, не стесняясь в выражениях, тот же образец жесткости продемонстрировал И. Сталин в ответах газете «Правда», причислив недавнего союзника к поджигателям войны» [19, с. 35–40]. Антисоветская и антизападная пропагандистские машины стали набирать обороты.

В основе персонификации образа врага в СССР стал «американский империализм», олицетворявший собой все ужасы капитализма. Данный образ содержал в себе следующее: представление о предкризисном состоянии экономики, растленности американской культуры и нравов, ущербности американского образа жизни, наличии в стране расовой дискриминации, продажности печати и росте преступности [20].

Идеологическим оружием США и других западных стран был признан космополитизм, чем незамедлительно воспользовалась советская пропаганда, объединив в термине «космополит» проповедование буржуазного национализма, «пресмыкательство» перед Западом и преклонение перед его культурой. Борьба с космополитами достигла своего апогея в 1953 году, когда было сфабриковано так называемое «дело врачей».

После 1956 года начался процесс демифологизации (устранение элементов мифа из описания и объяснения чего-либо) исторически изживших себя образов внутреннего врага (например, немец – враг), который растянулся до 1980-х годов. Вместе с тем, на протяжении всего этого периода образ врага продолжал использоваться советскими спецслужбами [40, 60].

Всё это было связано с периодом «Холодной войны». Постоянные обострения отношений между супердержавами способствовали сохранению образа внешнего врага в массовом сознании вплоть до горбачевской перестройки, чему способствовала советская пропаганда тех времен.

Начавшийся в конце 1980-х годов распад советской системы сопровождался ростом напряжения в межнациональных отношениях. Постоянные восстания в странах социалистического лагеря способствовали внедрению в общественное сознание образа врага, которым становились соседние государства и народы [51].

Уже ко второй половине 1980-х годов ненадолго возник вакуум враждебности, когда официальная пропаганда начала утрачивать свои позиции, а люди в

большинстве своем сосредоточились на том, как перестроить свою жизнь и сделать ее лучше.

Однако, вскоре вакуум стал заполняться новыми «врагами». Причин для этого было несколько как во внутренней, так и во внешней политике РФ. Во внутренней политике к активизации образа «врага» привели экономические и политические кризисы, резкие колебания уровня жизни людей, отсутствие системных реформ, идейный и духовный вакуум, а также в целом неопределенность в развитии государства. Во внешней политике обострились уже имеющиеся явные и скрытые конфликты, а также сформировались новые (Ирак, Сирия, Украина), также еще большие масштабы обрела проблема терроризма (ИГИЛ, теракты в Европе, Америке, России), и порожденные этими событиями новые проблемы, такие как беженцы из Украины и Сирии, сепаратистские настроения в Евросоюзе и т.д. Социуму потребовался новые враги из-за концентрации социальных недовольств и конфликтной энергии, которая «требует» выхода в окружающую среду, что привело к возрождению культуры враждебности [39].

Из социально-психологической природы феномена образа «врага» вытекают и его функции в массовой психологии.

Можно выделить функции этого образа как отдельного явления и как элемента политического мифа.

В структуре политического мифа образ «врага» участвует в реализации таких функций как:

1. интерпретационная – причисление индивидом себя к той или иной социальной группе в соответствии с делением «свой-чужой», «друг-враг»;
2. суггестивная – программирование индивидов, внушение новых схем реагирования, отношения, поведения и т.д.;
3. моделирования – реализация технологий воздействия на массовое сознание, формирование стереотипов и установок.

Как отдельный феномен образ врага выполняет следующие функции:

1. самоидентификации личности по отношению к социальной группе;
2. определение явлений, объектов или субъектов, представляющих опасность для группы и ее базовых ценностей существования;
3. канализирование негативных переживаний граждан, перенаправление социального недовольства на внешние объекты;
4. манипулирование общественным сознанием для оправдания государствами собственной неудачной внешней или внутренней политики;
5. сплочение населения перед лицом реальной или мнимой опасности;
6. упрощение социально-политической реальности до схематичного разделения на «своих – чужих» [24].

Функции политического мифа, в реализации которых участвует образ врага имеет целью воздействие на сознание людей, внушение им определенных чувств, эмоций, формирование стереотипов и отношения к определенным явлениям, объектам (странам, народам, государствам, людям), что влечет за собой новые враждебные, негативно окрашенные модели поведения и взаимодействия.

Образ врага помогает отвлечь внимание людей от каких-либо проблем, аккумулировать отрицательные эмоции и переживания, претензии и недовольства властью и направить их на внешний объект, что дает возможность не решать реальные проблемы, быть эмоционально вовлеченными в некие символические процессы, разворачивающиеся в виртуальной реальности.

Однако нужно разделять укоренение в сознании некоей социальной общности образа врага в ходе определенных исторических событий и процессов, который имеет реальные основания и переживается членами данной общности лично, и целенаправленно конструируемый образ, целью создания которого является именно управление сознанием людей.

Образ врага имеет свои биологические, психологические, социальные основания и обусловлен самой логикой существования и развития человеческого общества, но наряду с враждебностью и природной агрессивностью в психике людей заложены и такие качества как стремление к объединению, совместной деятельности, общению, взаимовыручке [10]. Поэтому говорить о том, что схема разделения «враг – друг» и «свой – чужой» играет определяющую роль в сознании человека нельзя, точно также как нельзя отрицать ее большое влияние, особенно в кризисные этапы развития общества.

Кроме того, поиск виноватых и сплочение людей перед лицом опасности до сих пор являются самыми простыми и эффективными в краткосрочной перспективе способами решения проблем, создавая при этом большое количество проблем уже в долгосрочной перспективе.

2.2 Принципы конструирования «образа врага» в политическом мифодизайне

Формирование образа врага начинается с такого понятия как «враждебность». Это негативная реакция на реальную или мнимую опасность, или реакция на появление реального или сконструированного образа «жертвы» у социума [26]. При этом сама враждебность в своем развитии также проходит определенные стадии: от одностороннего недружественного акта до двусторонней полномасштабной вражды (столкновения, войны), а также от минутного негативного восприятия до многовековой неприязни.

Как отмечалось в предыдущем параграфе, не последнюю роль играют в процессе формирования образа врага сложившиеся ранее стереотипы. Историческая память любого общества позволяет людям сохранять и передавать из поколения в поколение образы врагов и механизмы их идентификации. Это помогает людям мобильно идентифицировать опасность и принимать меры по ее устранению.

Поэтому, когда перед социальной общностью возникает та или иная опасность, народная память «воскрешает» соответствующий ситуации стереотип «образа врага», и на его основе в общественном сознании формируется новый (обновленный) образ врага [21].

Усвоенные ранее стереотипы легко воспроизводятся в общественном сознании и могут «переключаться» с одного объекта на другой.

Сформировав необходимые стереотипы, навязанный общественности дискурс переходит в новую фазу. Разворачивается дискуссия о том, как (какими силами, методами) лучше обезвредить или уничтожить «врага».

Немалую роль во всех трёх этапах играют СМИ, которые не просто отражают стереотипы массового сознания, канализируя общественные настроения, но и активно участвуют в формировании национальной (культурно-политической) идентичности. От позиции СМИ в немалой степени зависят те ориентиры, которыми руководствуется сообщество, различая «своих» и «чужих» и определяя свое отношение к «норме» и отступлениям от нее. При это в государстве, в котором действует политическая цензура и основные СМИ принадлежат государственным корпорациям, способы подачи информации, логические и сюжетные акценты, общий эмоциональный фон новостных выпусков соответствуют интересам правящей элиты, и целенаправленно конструируют нужные ей образы в картине общей мифологичной политической реальности [15].

Основания для создания образа врага выбираются с учетом общественной значимости «проступка» и формируется в зависимости от преследуемых целей и интересов субъектов, конструирующих образ.

Формирующийся образа врага должен отвечать определенным требованиям (потребностям) стороны, формирующей образ врага:

1. способствовать внутренней консолидации стороны конфликта для борьбы с идентифицированным врагом.

2. «разоблачать» антигуманную сущность врага и его преступные планы.
3. удовлетворять инструментальным потребностям.
4. выполнять оценочные функции с точки зрения существующих в социуме традиций, стереотипов, системы ценностей и мировоззрения.
5. отвечать целям и задачам противоположной стороны, которая формирует определенный образ врага.
6. способствовать привлечению на свою сторону новых союзников.
7. оправдывать агрессивные действия субъекта политики [64].

Основными стадиями формирования образа «врага» являются: формирование понятия «враждебность», формирование или использование ранее сформированных стереотипов, вовлечение общественности в процесс нейтрализации «врага».

Далее мы рассмотрим, какими признаками обладает образ врага как часть политического мифа и как самостоятельное явление.

Основными признаками политических мифов является:

1. создание цельной, логически выстроенной картины реальности, дающей ответы на все основные экзистенциальные вопросы;
2. чувственно-эмоциональная природа мифа;
3. наличие внутренней логики, объясняющей причинно-следственные связи;
4. наличие мифологического времени и пространства – «до-после», «золотой век»;
5. использование архетипов и мифологических образов;
6. сюжетное противопоставление, дуальность;
7. использование мифологических сюжетов;
8. использование аллегорий, метафор.

Образ врага как самостоятельное явление обладает следующими базовыми признаками:

1. исходящая от субъекта или объекта смертельная угроза человеку, группе, социуму;
2. дегуманизация, т. е. наделение врага различными негативными свойствами и качествами: «враг» ассоциируется со злом, ненавистью, агрессией, коварством, насилием, смертью и прочим негативом;
3. образ врага должен возбуждать ненависть: враг – это «варвар», который стремится нанести вред социуму, поэтому он зачастую сочетает в себе такие качества как коварство, агрессивность, безнравственность, жестокость, беспринципность, и пр. [29].

Образ «врага» является компонентом политического мифа, одним из инструментов для создания яркого, эмоционального, оказывающего воздействие на коллективное бессознательное конструкта, составляющего политическую реальность людей, живущих в государстве, которое создает эти мифы. И образ «врага» помимо своих признаков обладает и всеми признаками политического мифа. Для его конструирования используют аллегории, метафоры, олицетворения, он чувственно-эмоционален, обладает своей внутренней логикой, использует архетипичные сюжеты дуальности и противостояния, при этом эмоциональный фон всегда крайне негативен, и направлен на то, чтобы вызвать у объекта воздействия ненависть и агрессию по отношению к потенциальному или реальному «врагу».

Однако образ врага свойственен людям и в межличностном общении, и именно в нем лежат корни самого феномена враждебности. Вопросами изучения образа врага, который формируется в пространстве межличностного обыденного общения занимается социальная психология. В сферу интересов данной науки также вошло: определение социально-психологических отношений, которые входят в структуру образа врага, обнаружение тенденций формирования образа врага: дегуманизация, негативная система взаимоотношений, гиперболизация/минимизация маскулинности-фемининности, приписывание уродливо-прекрасных характеристик

внешнего облика, а также поиска иных тенденций в формировании образа врага в контексте межличностного общения. В системе складывающихся отношений, социальная психология исходит из того, что «другой», отнесенный к категории «враг» в результате опыта межличностного общения, является «значимым другим». Как пишет М.Ю. Кондратьев, одной из форм метаиндивидуальной репрезентации «значимого другого», которая рассматривается в рамках трехфакторной модели, – это не только привлекательность, но и отторжение, неприязнь, враждебность, которую вызывает партнер по общению. Следовательно, в процессе идентификации «другого» как врага в межличностном общении должны определяться не только негативные черты (агрессивность, безнравственность, неискренность), но и актуализироваться отношения – переживания, связанные с поведением врага (отторжение, неприязнь, враждебность и т. д.), выделяться, в первую очередь, социально-психологические отношения к врагу. Такие отношения значимости, как «эмоциональное неприятие и даже прямая враждебность, характеризуют отношение [29, с. 55] одного человека к другому, «более значимому, чем те партнеры по взаимодействию и общению, к которым субъект испытывает откровенную симпатию или даже дружбу и любовь». Значимые отношения такого типа появляются в связи с определенными действиями и поступками партнера. Как следует из работы В.Д. Альперович [29], тип поведения партнера, который рассматривается как значимое событие, усиливает ценностно-смысловые различия между субъектом представления и «другим», который получает статус врага, а «предательство» становится одним из основных критериев отнесения «другого» к категории «враг» в межличностном общении. О наличии в структуре представлений о враге совокупности значимых отношений, указывающих на определенную модальность образа врага, его тип (противник; предатель; препятствующий человек; неприятный и лживый человек), свидетельствуют результаты исследования Д.Н. Тулиновой [29].

Исследования в сфере социальной психологии демонстрируют наличие в структуре образа врага устойчивых социально-психологических отношений, совокупность которых является признаками определения другого как «врага». Было выделено «ядро» и «периферия» образа «врага», которые можно представить в виде таблицы.

Таблица 1 – Социально-психологические отношения в структуре образа врага в межличностном общении

Структура образа «врага»	Недифференцированный по полу образ «врага»
Ядро образа «врага»	Человек, от которого исходит опасность
	Человек, причинивший мне вред или нанесший мне какой-либо ущерб
	Человек, который оскорбил или унизил меня
	Человек, который клеветает на меня, распространяет обо мне сплетни
	Человек, который агрессивно ведет себя по отношению ко мне
	Человек, который ненавидит меня
	Человек, который недоброжелательно относится ко мне
	Человек, которому я не доверяю
	Человек, которого я ненавижу
Периферия образа «врага»	Человек, который не понимает меня
	Человек, которому, по крайней мере, в мыслях мне хотелось бы причинить вред
	Человек, который завидует мне
	Человек, который считает меня опасным
	Человек, который воспринимает меня как «чужого»
	Человек, которого я считаю своим противником
	Человек, которого хочется оскорблять и унижать
	Человек, о котором я не могу не удержаться, чтобы не посплетничать
	Человек, которому я завидую

Данные признаки, присущие сознанию отдельных индивидов в межличностном общении, сохраняют свою актуальность и в межгрупповом взаимодействии [29].

При целенаправленном конструировании образа врага в социально-политическом пространстве с помощью СМИ используются сюжеты, каркасом которых являются именно эти признаки. Однако в данном случае необходимо адаптировать данные признаки под символическую форму коммуникации между такими социальными группами как граждане разных государств, в сознании которых и формируется образ врага.

В пространстве политической реальности взаимодействие осуществляется на уровне субъектов и объектов, именуемых также политическими акторами. Основными акторами в процессе формирования, трансляции и восприятия образа «врага» являются: государства, нации, население государств, каждый отдельный индивид.

При этом государство как субъект взаимодействия на международной арене одушевляется и обретает надперсональные черты, воплощая в себе одновременно и каждого отдельного жителя страны, и институт власти, и все население в целом, и действует как бы от имени людей и в их интересах. В данном случае мы получаем реализацию психологического феномена «переноса», в результате проявления которого, все действия государства в отношении других акторов мировой политики и все, что происходит с государством, воспринимается людьми на свой счет, словно это происходит с ними.

Именно за счет этого срабатывает механизм формирования образа «врага»: враг государства – это в идеале личный враг всех его граждан, в реальности же только тех, кто идентифицирует себя с государством.

То есть процесс формирования образа «врага» на уровне субъектов можно представить, как двухуровневые субъект-объектные отношения инверсионного характера.

На первом уровне происходит взаимодействие государств, вовлеченных в конфликт интересов, военное противостояние и т.д. Здесь осуществляется проявление своей позиции, совершаются определенные действия, на которые стороны реагируют, реализуются попытки урегулировать конфликт, если стороны чувствуют в этом необходимость. Именно на этом уровне можно говорить о неких фактах, конкретных событиях, встречах, договоренностях и их нарушениях между сторонами.

Второй уровень – это уровень интерпретации событий и предоставления нужной и выгодной государству информации своим гражданам. Именно на этом уровне государство 1 становится объектом воздействия «врага» для своего населения, и описание событий, имеющих место в процессе реального взаимодействия с другим государством или группой государств, становится инструментом манипулирования массовым сознанием населения, которое переводится в разряд объекта, а государство 1 становится для них субъектом.

Так же необходимо отметить, что субъектами взаимодействия на первом уровне могут быть и группы государств, и отдельные личности. А на втором уровне для создания образа «врага» могут одушевляться такие явления как природа, валюта, какие-либо события и т.д.

1 УРОВЕНЬ

ГОСУДАРСТВО 1 \longleftrightarrow ГОСУДАРСТВО 2 (субъект-субъектное взаимодействие двух государств)

2 УРОВЕНЬ

ГОСУДАРСТВО 2 \implies ГОСУДАРСТВО 1 \implies НАСЕЛЕНИЕ (государство 1 – объект для государства 2 и субъект для своего населения)

Схема 1 – Субъект-объектное взаимодействие акторов в процессе формирования образа «врага»

Далее мы предпримем попытку адаптировать личностный механизм формирования образа «врага» к политическим взаимодействиям. Для этого мы в Таблице 2 соединили особенности межличностного общения со спецификой межгруппового взаимодействия, и оставили те компоненты образа врага из межличностного общения, которые присущие и коллективному, массовому сознанию людей.

Таблица 2 – Социально-психологические отношения в структуре образа «врага» в социально-политических взаимодействиях

Структура образа «врага»	Образ «врага» в общественном сознании
Ядро образа «врага»	Субъект/объект от которого исходит опасность
	Субъект/объект, причинивший вред объекту воздействия
	Субъект/объект, унижающий или оскорбляющий объект воздействия
	Субъект/объект, который агрессивно ведет себя по отношению к объекту воздействия
	Субъект/объект, который проявляет ненависть к объекту воздействия
	Субъект/объект, который недоброжелательно относится к объекту воздействия
	Субъект/объект, к которому объект воздействия испытывает ненависть
	Субъект/объект, которому нельзя доверять
Периферия образа «врага»	Субъект/объект, с которым отсутствует взаимопонимание
	Субъект/объект, который считает меня опасным
	Субъект/объект, которого объект воздействия воспринимает как своего противника
	Субъект/объект, которого объекту воздействия хочется унижать, оскорблять

Здесь мы видим, что ядро образа включает в себя больше компонентов, чем периферия, в отличие от структуры образа врага, складывающегося при непосредственном межличностном общении людей. Это объясняется тем, что между

субъектами и объектами на втором уровне происходит опосредованное взаимодействие, и личностный фактор восприятия переходит в форму восприятия через призму общественного сознания, то есть «врагом» считается целое государство и все его население, которое наделяется негативными чертами, о котором негативно отзывается субъект, и от которого идет враждебное, агрессивное отношение. Кроме того, поскольку в политической сфере в отличие от межличностного общения, процесс формирования образа врага является целенаправленным и управляемым, то именно субъект (государство), определяет какие компоненты в структуре образа задействовать, а какие нет.

Наиболее эффективными компонентами для управления общественным сознанием в ядре образа являются агрессия, причинение вреда, ущерб, предательство, подрыв доверия, опасность, ненависть, оскорбления, а в периферии – противоборство, отсутствие взаимопонимания, опасность и оскорбления уже со стороны того, в чьем сознании сформирован образ врага.

Таким образом, можно сделать вывод, что образ врага формируется на основании общих принципов построения политических мифов, к которым относятся аллегоричность, использование метафор, олицетворений, иносказаний, архетипичность, наличие собственной внутренней логики, противопоставления и дуальности в сюжете, а также с помощью таких отличительных признаков как дегуманизация врага, наличие от него смертельной угрозы для индивида и общества, а также возбуждение ненависти к врагу, и наделение его такими качествами как коварство, жестокость, подлость одновременно с глупостью и тупостью.

Образ врага с точки зрения социальной и политической психологии обладает четкой структурой, включающей в себя ядро и периферию образа, которые состоят из определенных компонентов межличностного и социально-политического взаимодействия и выражаются в отношении индивида или социальной группы к врагу. К таким компонентам относятся: опасность, исходящая от человека или

объекта, причиненный ущерб, оскорбления и унижения, предательство, отсутствие доверия и взаимопонимания, агрессия и ненависть с обеих сторон.

Основное отличие между образом врага, складывающимся в процессе межличностного общения и образом врага, формируемым в социально-политическом пространстве, заключается в том, что последний конструируется целенаправленно в соответствии с политическими нуждами правящей элиты, и этот процесс является управляемым и подконтрольным. Это в свою очередь позволяет использовать наиболее эффективные компоненты структуры образа врага, делая его адаптивным и вариативным. В итоге, при наличии в общественном сознании устойчивых негативных стереотипов о каком-либо государстве, нации, явлении и т.д., государство может управлять общественным мнением людей, наполняя каркас образа врага нужными и актуальными в текущий период времени содержанием, и решая таким образом определенные политические задачи, главными из которых являются перенаправление протестных настроений населения на некоего врага, оправдание собственных политических неудач, эмоциональная разрядка граждан в период внутренних и внешних кризисов в государстве, а также сплочение людей перед лицом угрозы.

2.3 Изучение процесса формирования «образа врага» с помощью СМИ в общественном сознании граждан РФ в период с 2014 по 2016 гг.

Практическая часть данной работы включает в себя контент-анализ еженедельных новостных программ, выходящих на Первом канале по воскресеньям [1].

Целью контент-анализа является выявление инструментов формирования образа врага с помощью СМИ в сознании населения.

Анализ проводился на следующих материалах: итоговые годовые выпуски новостной программы «Воскресное время» на Первом канале за 2014, 2015 и 2016 гг.

Нами была выделена концептуальная переменная «враг», «чужой» и единица измерения – тема «врага».

Мы изучали тексты новостных выпусков на наличие таких категорий как враг, агрессия, предательство, ненависть, подлость, глупость, противостояние, препятствия, чужие, враждебные, победа, поражение, борьба, атака, жертва, охота, антироссийский, бой, противодействие, отказ, холодная война, информационная война, разжигание вражды, разрушение, подрыв, наступательный, обвинение, усмирить, убить, уничтожить, разрушить, ложь, подстрекательство, ужас, защита, пришлые, фашисты, нацисты, террор и т.д.

Критерии выявления в сюжете темы «врага»:

- наличие в тексте категорий, относящихся к концептуальной переменной «враг» (мелочные придирки тех, кто ждал другого результата, наступательный потенциал НАТО, антироссийская истерия на Западе, всерьез утомило пыл, упорно обвиняют Россию);
- негативный тон высказываний (ужас, террор, защита домов от пришлых с западной Украины, бездоказательно, но упорно обвиняют Россию);
- оценочность суждений.

Средства, используемые в сюжете для формирования образа «врага»:

- структурно-логические (длительность сюжета, место сюжета в структуре выпуска, разделение сюжета другими информационными блоками);
- содержательные (использование фактов, использование средств художественной выразительности языка, использование средств убеждающей коммуникации);
- речевые (темп речи, громкость, эмоциональная насыщенность голоса)
- эмоциональные (негативная, позитивная, нейтральная, агрессивная окрашенность слов).

Для создания образа врага также используются психологические и языковые методы и инструменты.

Психологические методы: используются следующие компоненты психологической структуры образа врага. Враг – это тот, кто причиняет мне вред, представляет для меня опасность, ненавидит меня, подрывает мое доверие, которого я ненавижу.

Языковые методы: метафоры, сравнения, эпитеты, ирония, сарказм, гипербола, использование жаргонизмов и просторечной лексики.

Использование мифологических сюжетов о нападении врагов на дом, убийство детей и женщин, вероломство врагов (нарушение договоренностей), создание впечатления о враге как о глупом и смешном.

Также врагу приписываются такие качества как подлость, лживость, жестокость, бессердечность, циничность, агрессивность, злобность, неадекватность. Используется прием мифов – противопоставление: в противоположность врагу вторая сторона наделяется такими чертами как честность, благородство, доброта, сострадание, ум, сила, также становится в позицию жертвы, в отношении которой предпринимаются необоснованные агрессивные действия, не смотря на ее мирные и добрые намерения.

В нашем исследовании нас интересуют именно те сюжеты, которые носят негативную окраску и формируют образ врага. Это следующие сюжеты – Украина, отношения России с Америкой и Евросоюзом, терроризм и ИГИЛ.

Все эти сюжеты представлены во всех трех выпусках новостей, и от выпуска к выпуску негативный тон повествования становится все более выраженным, делая акцент на формировании отрицательного восприятия объектов повествования и вызывая по отношению к ним отрицательные эмоции враждебности, ненависти.

Необходимо отметить, что повествование во всех сюжетах, в которых присутствует «враг» (Украина, Америка, Евросоюз), обладает своей внутренней

логикой, в которой факты подаются в том порядке, который позволяет подтвердить идею о враждебности данных субъектов, также в логике имеются противоречия, подмена понятий, которые не замечаются внутри картины повествования, так как она ориентирована на эмоционально-чувственные каналы восприятия. Кроме того, для придания веса высказываниям используются такие приемы управления сознанием как техники доверия (мнения экспертов, ученых), техники управления вниманием – концентрация на нужном событии, размывание других событий.

Так же мы изучали формальные показатели новостных выпусков, такие как общая продолжительность выпуска, рубрики, основные сюжеты. Данные анализа представлены в Таблице 3. Как мы видим из данной таблицы, первый и второй новостные выпуски примерно равны по времени, в то время как третий значительно короче. Это объясняется несколькими причинами: во-первых, произошла смена ведущего, во-вторых в декабре 2016 г. практически накануне итоговой передачи произошло крушение самолета с российскими музыкантами, деятелями благотворительности, которые направлялся в Сирию с новогодним концертом для российских военных. Из-за этого начало и конец новостного выпуска в 2016 г. был посвящен трагедии, и было сокращено количество рубрик, при этом увеличилось время для повествования ведущего, и увеличилось время для каждого сюжета. И как видно из названий рубрик, практически все они освещали конфликт на Украине, и сложную ситуацию в мире, где Россия окружена врагами, но активно ищет друзей.

Названия рубрик, также отличаются образностью и эмоциональностью, используют аллюзии на фильмы («квант милосердия», «чужие среди своих»), на известные песни («полгода плохая погода», «погода в доме»), а также различные метафоры и образные выражения («черная полоса», «год потерь», «жатва скорби», «бешенные деньги»). Также используются непосредственно мифологические конструкции («ящик Пандоры»), части поговорок («Божья роса») и т.д., заранее программируя зрителей на определенное восприятие сюжета.

Таблица 3 – Формальные критерии анализа новостных выпусков

Дата видеосюжета	28.12.2014	27.12.15	25.12.16
Продолжительность всего видео	1ч 57 мин	2ч 53 сек	1 ч 32 мин
Количество информационных блоков	12	12	9
Продолжительность каждого сюжета по времени	10-15 минут	10-15 минут	15-20 минут
Название рубрик	<ol style="list-style-type: none"> 1. Вводный сюжет 2. «Жаркие, зимние, твои» 3. «В своем отечестве» 4. «Хотели как лучше» 5. «Полгода плохая погода» 6. «Жатва скорби» 7. «Бешенные деньги» 8. «Мы сделали это» 9. «Ящик Пандоры» 10. «Божья роса» 11. «Дорогой мой человек» 12. «Кликом единым» 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Вводный сюжет 2. «Одна на всех» 3. «Факторы внешней угрозы» 4. «Хроники ада» 5. «Погода в доме» 6. «Чужие среди своих» 7. «Черная полоса» 8. «Годовой баланс» 9. «Суверенитета.net» 10. «Год потерь» 11. «Думать надо» 12. «За гранью» 13. «Герои нашего времени» 14. «Квант милосердия» 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сюжет о крушении ТУ-154 около Сочи 2. Сюжет об убийстве посла России в Стамбуле 3. «Поработали на камеру» 4. «Итого» 5. «Машина смерти» 6. «Русская рулетка 2» 7. Сюжет о крушении ТУ-154 над Сочи
Основные сюжеты	Олимпиада, паралимпиада, Донбасс, сбитый Боинг, продуктовые санкции, борьба с коррупцией, ракеты, футбол, личная жизнь знаменитостей	Юбилей ВОВ, падение цен на нефть, беженцы в Европе, рост цен на продукты, военная операция в Сирии, терроризм, благотворительность	О крушении самолета около Сочи, убийство российского посла в Стамбуле, фальсификация фото и видео сюжетов о зверствах в Сирии, пресс-конференция Путина, теракты – в Берлине Оравление, боярышником Украина, Президентские выборы в США

Каждый выпуск можно условно разделить на тематически-эмоциональные блоки. Первый блок содержит в себе общий обзор всего выпуска по сюжетам, которые будут освещаться в передаче. Далее идет положительный эмоциональный блок, в котором раскрываются такие темы как победа в Олимпийских играх, победа в

Великой Отечественной войне. Данные сюжеты представляют Россию и ее представителей, или весь народ в героическом свете. Используется образный метафорический язык, диктор говорит громко, быстро, эмоционально. Общий фон блока позитивный. Далее идет описание негативных или нейтральных событий. Здесь аналитические рубрики, описывающие ситуацию в экономике, торговле. Тон речи диктора медленнее, спокойнее. Приводятся факты, аргументы, обоснования, мнения экспертов. Затем идет ярко выраженный негативный эмоциональный блок. В нем рассказывают об угрозах, конфликтах в отношениях между Россией и другими странами, и на международной арене в целом. Несмотря на то, что в данных сюжетах информация подается как объективная, приводятся факты, мнения экспертов, язык повествования имеет ярко выраженную негативную эмоциональную окраску. Именно в этих сюжетах создается образ врага, используются метафоры, образы, сарказм, ирония, выставляющие противников в негативном свете как агрессивных, безжалостных, тупых, недалеких. Затем вновь идет снижение негативного потенциала информации. Освещаются внутренние вопросы страны, начинают делать акцент на успехах, достижениях людей в отдельных отраслях, сферах. И завершает выпуск блок сюжетов не только эмоционально позитивных, но и вызывающих к таким чувствам зрителей как жалость, сострадание, доброта, взаимопомощь. При этом, логика повествования, следующая: сначала рассказывают о страданиях слабых, затем показывают какие добрые и отзывчивые люди живут в России, как они помогают своим согражданам. Можно сделать вывод, что эмоционально выпуск зациклен – начинается и заканчивается позитивными эмоциями, а в середине носит волнообразный характер – негативные блоки сменяются нейтральными, что позволяет держать зрителей в состоянии эмоционального напряжения и приводит к эмоциональной разрядке в конце выпуска. То есть одна из целей данных выпусков снять эмоциональное напряжение у аудитории, давая объект для проживания и выражения всего спектра эмоций от

крайне негативных до позитивных. Данная схема используется в выпуске 2014 и 2015 года, а выпуск 2016 г. отличается структурно в следующем: начинается он с негативного эмоционального блока – репортаж о крушении самолета около Сочи, который занимает 15 минут времени в начале и практически дословно повторяется в конце выпуска, но в сокращенном варианте до 7 минут. Также выпуск 2016 г. по сравнению с предыдущими двумя стал более негативным, а тон повествования более саркастичным и ироничным, в тексте активно используются слова и образы, формирующие негативное отношение слушателей к описываемым событиям и их участникам. В большинстве рубрик и сюжетов формируется образ врага. Основные сюжеты в этом выпуске связаны с внешней политикой, терроризмом, убийством российского посла и крушением самолета около Сочи. При этом общая схема эмоциональной подачи материала сохраняется – начало и конец зациклены, но имеют негативный фон, в середине негативно окрашенные сюжеты сменяются нейтральными и позитивными, создавая волнообразный эмоциональный фон. Но в выпуске 2016 напряжение нарастает и негативные эмоции наращиваются к концу выпуска. Функцию разрядки же выполняет сюжет о погибших людях в авиакатастрофе – подробно рассказывают о семьях, показывают фото из семейных архивов, повествование вызывает такие чувства как сострадание, жалость, грусть и ненависть к тем, кто это мог сделать.

В результате проведенного нами исследования, можно сделать следующие выводы. Выпуск 2014 г. становится своеобразной точкой отсчета для целенаправленного формирования образа врага в политическом сознании граждан. В 2015 и 2016 гг. новостные выпуски строятся вокруг врагов в лице Украины, Америки, Германии и тех стран в Евросоюзе, которые поддерживают ее позицию, и международный терроризм. Эти темы проходят сквозными сюжетами сквозь всю канву повествования, располагаются в середине выпуска и освещаются в рубриках через одну, или подряд, постоянно возвращая внимание зрителя к внешним угрозам

и врагам. В Приложении А, таблице А.1 мы предоставили содержание сюжетов, в которых есть образ «врага» по каждому выпуску. Данная таблица содержит конспект сюжетов и позволяет увидеть те средства и инструменты, которые используются для формирования образа врага в случае с каждым отдельным сюжетом.

Для формирования образа врага используются следующие средства: психологические, структурно-логические, содержательные, речевые, эмоциональные.

При описании «врага», его действий, намерений и т.д. используются такие средства выразительности языка как метафоры, сравнения, олицетворение, гипербола, эпитеты, ирония, сарказм. В логике повествования применяют такой прием как подмена понятий, размывание причинно-следственных связей. Повествование обладает всеми признаками политического мифа – наличие архетипических сюжетов, собственная логика развития событий, чувственно-эмоциональная природа, образность изложения, противопоставление, дуальность.

В новостных выпусках целенаправленно конструируются политические мифы, центральным сюжетом которых является образ «врага».

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Образ врага имеет свои биологические, психологические, социальные основания и обусловлен самой логикой существования и развития человеческого общества, но наряду с враждебностью и природной агрессивностью в психике людей заложены и такие качества как стремление к объединению, совместной деятельности, общению, взаимовыручке. Поэтому говорить о том, что схема разделения «враг-друг» и «свой-чужой» играет определяющую роль в сознании человека нельзя, точно также как нельзя отрицать ее большое влияние, особенно в кризисные этапы развития общества.

Так же поиск виноватых и сплочение людей перед лицом опасности до сих пор являются самыми простыми и эффективными в краткосрочной перспективе способами решения проблем, но не решая проблем в долгосрочной перспективе.

Образ врага может являться составной частью более масштабного политического мифа, наряду с образами героя, отца, спасителя и т.д., а может быть основой для самостоятельного мифа, который существует наряду с другими политическими мифами и создает особую мифологическую политическую реальность. При этом образ врага формируется с использованием общих принципов построения политических мифов, к которым относятся аллегоричность, использование метафор, олицетворений, иносказаний, архетипичность, наличие собственной внутренней логики, противопоставления и дуальности в сюжете, а также с помощью таких отличительных признаков как дегуманизация врага, наличие от него смертельной угрозы для индивида и общества, а также возбуждение ненависти к врагу, и наделение его такими качествами как коварство, жестокость, подлость одновременно с глупостью и тупостью.

Образ врага с точки зрения социальной и политической психологии обладает четкой структурой, включающей в себя ядро и периферию образа, которые состоят из определенных компонентов межличностного и социально-политического взаимодействия и выражаются в отношении индивида или социальной группы к врагу. К таким компонентам относятся: опасность, исходящая от человека или объекта, причиненный ущерб, оскорбления и унижения, предательство, отсутствие доверия и взаимопонимания, агрессия и ненависть с обеих сторон.

Основное отличие между образом врага, складывающимся в процессе межличностного общения и образом врага, формируемым в социально-политическом пространстве, заключается в том, что последний конструируется целенаправленно в соответствии с политическими нуждами правящей элиты, и этот процесс является управляемым и подконтрольным. Это в свою очередь позволяет

использовать наиболее эффективные компоненты структуры образа врага, делая его адаптивным и вариативным. В итоге, при наличии в общественном сознании устойчивых негативных стереотипов о каком-либо государстве, нации, явлении и т.д., государство может управлять общественным мнением людей, наполняя каркас образа врага нужными и актуальными в текущий период времени содержанием, и решая таким образом определенные политические задачи, главными из которых являются перенаправление протестных настроений населения на некоего врага, оправдание собственных политических неудач, эмоциональная разрядка граждан в период внутренних и внешних кризисов в государстве, а также сплочение людей перед лицом угрозы.

В результате проведенного нами исследования, можно сделать следующие выводы. Выпуск 2014 г. становится своеобразной точкой отсчета для целенаправленного формирования образа врага в политическом сознании граждан. В 2015 и 2016 гг. новостные выпуски строятся вокруг врагов в лице Украины, Америки, Германии и тех стран в Евросоюзе, которые поддерживают ее позицию, и международный терроризм. Эти темы проходят сквозными сюжетами сквозь всю канву повествования, располагаются в середине выпуска и освещаются в рубриках через одну, или подряд, постоянно возвращая внимание зрителя к внешним угрозам и врагам.

Для формирования образа врага используются следующие средства: психологические, структурно-логические, содержательные, речевые, эмоциональные.

При описании «врага», его действий, намерений и т.д. используются такие средства выразительности языка как метафоры, сравнения, олицетворение, гипербола, эпитеты, ирония, сарказм. В логике повествования применяют такой прием как подмена понятий, размывание причинно-следственных связей. Повествование обладает всеми признаками политического мифа – наличие

архетипических сюжетов, собственная логика развития событий, чувственно-эмоциональная природа, образность изложения, противопоставление, дуальность.

В новостных выпусках целенаправленно конструируются политические мифы, важным элементом которых является образ «врага». Данный элемент современного политического мифодизайна играет одну из центральных ролей в управлении массовым сознанием населения в интересах политической элиты.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного в рамках выпускной квалификационной работы исследования, мы реализовали поставленную цель и изучили роль образа «врага» в политическом мифодизайне России в период с 2014 по 2016 гг.

В рамках решения первой исследовательской задачи мы проанализировали теоретические основания понятия «политический миф» и пришли к следующим выводам. В настоящее время выделяются несколько тенденций в изучении политического мифа современными авторами: во-первых, рассмотрение мифа как инструмента манипуляции и акцентировании внимания на идеологическом манипулировании, во-вторых, описание мифа с позиций мистицизма, и изучение общей теории мифа и истоков современного мифологического сознания, в рамках культурологического направления.

Рассматривая миф с точки зрения разных подходов и методологических оснований, ученые сходятся во мнении, что современные мифы являются в первую очередь намеренно конструируемыми, этот процесс всегда преследует ряд целей, и подразумевает реализацию определенных технологий для их достижения. Мифы создаются таким образом, чтобы они могли сложиться в определенную мифологическую реальность, заполнив собой пространство в сознании людей, связанное с отдельными сферами объективной реальности, существующей вне человека. При этом «мифы вырабатываются различными системами и формами культуры – образованием, религией, политикой, рекламой, массовой культурой».

Политические мифы имеют ряд особенностей, свойственных мифам в целом: чувственность, эмоциональность, создание собственной реальности, в которой присутствуют нарушение причинно-следственных связей, внутренняя логика повествования, противопоставление и дуальность явлений и персонажей, а также архетипичные образы и сюжеты (образ Родины, Матери, Ребенка, чужого, врага, героя, спасителя и т.д.). Политические мифы являются продуктом политического

мифодизайна, который можно определить, как социокультурную технологию по конструированию современных мифологических конструкций, которые воспринимаются потребителями политических продуктов в качестве реальности их картины мира, с помощью использования архетипических и других мифологем при создании и распространении различных сообщений массовой, в том числе политической коммуникации.

В процессе работы над второй задачей исследования, мы выявили истоки формирования образа «врага» в общественном сознании и особенности его использования в российском политическом мифодизайне в России.

Образ врага как социально-психологический феномен всегда формируется в контексте реальных или символических взаимодействий, которые определяются различными видами отношений. В процессе подобных взаимодействий всегда проявляется преувеличение до гиперболы «злостных намерений» врага, он всегда представляется с двух сторон: с одной стороны, враг всегда силен, многочислен, коварен, с другой – он всегда глуп, смешон, уродлив и т.д.

Кроме того, данный образ базируется на стереотипах, предрассудках, негативной идентификации, подвержен очень серьезному влиянию СМИ.

Истоки формирования образа «врага» в современной России лежат в ее историческом прошлом: большинство негативных идентификаций и стереотипов сформировалось в массовом сознании людей еще в период существования СССР: «Холодная война» и противостояние с «империалистической угрозой» до сих пор актуальны в сознании людей: представление о предкризисном состоянии американской экономики, растленности американской культуры и нравов, ущербности американского образа жизни, наличии в стране расовой дискриминации, продажности печати и росте преступности. Однако в настоящее время добавился и ряд новых компонентов: терроризм, вмешательство во внутренние дела других государств, попытки доминировать на международной арене.

Образ «врага» является компонентом политического мифа, одним из инструментов для создания яркого, эмоционального, оказывающего воздействие на коллективное бессознательное конструкта, составляющего политическую реальность людей, живущих в государстве, которое создает эти мифы.

Образ «врага» помимо своих признаков обладает и всеми признаками политического мифа. Для его конструирования используют аллегории, метафоры, олицетворения, он чувственно-эмоционален, обладает своей внутренней логикой, использует архетипичные сюжеты дуальности и противостояния, при этом эмоциональный фон всегда крайне негативен, и направлен на то, чтобы вызвать у объекта воздействия ненависть и агрессию по отношению к потенциальному или реальному «врагу»

Как отдельный феномен образ врага выполняет следующие функции:

1. самоидентификации личности по отношению к социальной группе;
2. определение явлений, объектов или субъектов, представляющих опасность для группы и ее базовых ценностей существования;
3. канализирование негативных переживаний граждан, перенаправление социального недовольства на внешние объекты;
4. манипулирование общественным сознанием для оправдания собственной неудачной внешней или внутренней политики государствами;
5. сплочение населения перед лицом реальной или мнимой опасности;
6. упрощение социально-политической реальности до схематичного разделения на «своих – чужих».

Функции политического мифа, в реализации которых участвует образ врага, работают на реализацию следующих целей:

- воздействие на сознание людей, внушение им определенных чувств, эмоций;

- формирование стереотипов и отношения к определенным явлениям, объектам (странам, народам, государствам, людям), что влечет за собой новые враждебные, негативно окрашенные модели поведения и взаимодействия.

Образ врага с точки зрения социальной и политической психологии обладает четкой структурой, включающей в себя ядро и периферию образа, которые состоят из определенных компонентов межличностного и социально-политического взаимодействия и выражаются в отношении индивида или социальной группы к врагу. К таким компонентам относятся: опасность, исходящая от человека или объекта, причиненный ущерб, оскорбления и унижения, предательство, отсутствие доверия и взаимопонимания, агрессия и ненависть с обеих сторон.

Анализируя процесс формирования образа «врага» в политическом мифодизайне России в период с 2014 по 2016 гг., что является третьей задачей исследования, мы выявили следующие особенности и закономерности.

Нами был проведен контент-анализ итоговых новостных выпусков программы «Воскресное время» на Первом канале за 2014, 2015 и 2016 гг. Целью было выявление сюжетов, в которых используется образ «врага» и изучение инструментов создания этого образа. Нами была выделена концептуальная переменная «враг», «чужой» и единица измерения – тема «врага».

Мы изучали тексты новостных выпусков на наличие таких категорий как враг, агрессия, предательство, ненависть, подлость, глупость, противостояние, препятствия, чужие, враждебные, победа, поражение, борьба, атака, жертва, охота, антироссийский, бой, противодействие, отказ, холодная война, информационная война, разжигание вражды, разрушение, подрыв, наступательный, обвинение, усмирить, убить, уничтожить, разрушить, ложь, подстрекательство, ужас, защита, пришлые, фашисты, нацисты, террор и т.д.

На основании теоретических и практических исследований в сфере рекламы, социальной психологии и политической психологии, нами были выделены следующие критерии для выявления образа «врага».

Критерии выявления в сюжете темы «врага»:

- наличие в тексте категорий, относящихся к концептуальной переменной «враг» (мелочные придирки тех, кто ждал другого результата, наступательный потенциал НАТО, антироссийская истерия на Западе, всерьез утомило пыл, упорно обвиняют Россию);
- негативный тон высказываний (ужас, террор, защита домов от пришлых с западной Украины, бездоказательно, но упорно обвиняют Россию);
- оценочность суждений.

Средства, используемые в сюжете для формирования образа «врага»:

- структурно-логические (длительность сюжета, место сюжета в структуре выпуска, разделение сюжета другими информационными блоками);
- содержательные (использование фактов, использование средств художественной выразительности языка, использование средств убеждающей коммуникации);
 - речевые (темп речи, громкость, эмоциональная насыщенность голоса)
 - эмоциональные (негативная, позитивная, нейтральная, агрессивная окрашенность слов).

По данным критериям нами были выделены сюжеты, которые носят негативную окраску и формируют образ врага. К ним относятся следующие сюжеты: Украина, отношения России с Америкой и Евросоюзом, терроризм и ИГИЛ.

Все эти сюжеты представлены во всех трех выпусках новостей, и от выпуска к выпуску негативный тон повествования становится все более выраженным, делая акцент на формировании отрицательного восприятия объектов повествования и вызывая по отношению к ним отрицательные эмоции враждебности, ненависти.

Также способ расположения тематических блоков и сюжетов в выпуске строится таким образом, чтобы все время менять уровень и диапазон эмоций у зрителей: выпуск начинается и заканчивается либо очень положительными блоками либо отрицательными, чтобы задать высокий уровень эмоционального напряжения, а дальше чередуются негативные/позитивные, нейтральные и позитивные/негативные сюжеты, создавая тем самым эмоциональные колебания с большой разницей потенциалов, что позволяет держать зрителей в напряжении и давать им возможность прожить весь спектр эмоций за выпуск, избавившись от накопленных негативных переживаний, зарядившись позитивными эмоциями и в результате выйти в нейтральное эмоциональное состояние, усвоив при этом все предложенные информационные и эмоциональные послы телепередачи.

Можно сделать следующий вывод:

1. образ врага является одним из центральных элементов современного политического мифодизайна России;
2. власть сознательно конструирует образ врага, используя все, в том числе и максимально эффективные средства политического мифодизайна для решения традиционных политических задач с применением традиционных для российского общества архетипов и стереотипов в отношениях с другими государствами.

Результаты нашей работы могут быть использованы для сравнительного исследования с целью выявления общих тенденций и различий в конструировании мифов современной политической элитой России.

Так же можно изучить воздействие на массовое сознание населения информационной политики государства, Наше исследование может быть полезно исследователям, работающим в сфере политической психологии, рекламных технологий, в органах государственной власти и в СМИ.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

I Законодательно-нормативные документы

1. Конституция Российской Федерации от 12 декабря 1993г. – М.: Омега-Л, – 2016. – 39 с.

II Книги и статьи

2. Барт, Р. Мифологии / Пер. с фр. Р. Барт. – М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2000. – 314 с.
3. Богданова, М.А. Роль мифа в политическом сознании / М.А. Богданова. – Ростов н/Д. –1992. – 350 с.
4. Ванден Берге, И. Историческое недоразумение? Холодная война, 1917 1990 / Пер. с нидерл. – М.: Международные отношения, 1996. – 298 с.
5. Вашик, К. Метаморфозы зла: немецко-русские образы врага в плакатной пропаганде 30 – 50-х годов / К. Вашик // Образ врага: Сб.ст. / Сост. Л. Гудков. М., 2005. – С. 191–230.
6. Волковский, Н.Л. История информационных войн. В 2 ч. Ч. 2. / Н.Л. Волковский. – СПб.: ООО «Издательство «Полигон». 2003. – 736 с.
7. Войтасик, Л. Психология политической пропаганды / Л. Войтасик / Пер. с польск. В.Н. Поруса. – М.: Прогресс, 1981. – 278 с.
8. Волобуев, О.В. Советский тоталитаризм: образ врага / О.В. Волобуев // Тоталитаризм и личность. – Пермь, 1994. – 250 с.
9. Гавра, Д.П. Социально-коммуникативные технологии сегодня и завтра / Д.П. Гавра // ПР-диалог. – 2003. – № 2 – 3, С. 10–13.
10. Гасанов, И.Б. Национальные стереотипы и «образ врага» / И.Б. Гасанов. – М.: Рос. акад. упр., 1994. – 40 с.
11. Геращенко, Л.Л. Реклама как миф: Дис. ... док. фил. наук: 24.00.01. / Л.Л. Геращенко. – М.: Проспект, 2006. – 285 с.
12. Гозман, Л., Эткинд А. Структура тоталитарного сознания / Л. Гозман, А. Эткинд // Осмыслить культ Сталина – М.: Олма-Пресс, 1989. – 342 с.
13. Гудков, Л. Идеологема «врага»: «Враги» как массовый синдром и механизм социокультурной интеграции / Л. Гудков // Образ врага: Сб. ст./ Сост. Гудков. – М.: Проспект, 2005. С. 70 – 80.
14. Гуревич, П. Мифология наших дней / П. Гуревич // Свободная мысль. 1992. – № 11. – С. 43–57.
15. Джоуэтт, Г.С., О’Доннел В. Пропаганда и внушение / Г.С. Джоуэтт, В. О’Доннел. – М.: Ирбис, 1988. – 412 с.
16. Дукельский, В., Юренева Т. «К истории образа врага в новой России» / В. Дукельский, Т. Юренева // Журнал европейской культуры «Вестник Европы» 2006. – № 17. – с. 172–175

17. Дюркгейм, Э. Элементарные формы религиозной жизни / Э. Дюркгейм. – М.: ИнфоМ, 1996. – 450 с.
18. Евгеньева, Т.В. Архаическая мифология в современной политической культуре / Т.В. Евгеньева // Полития, 1999 г. – № 1. – С. 35–49.
19. Игрицкий, Ю.И. Россия и Запад: корни стереотипов / Ю.И. Игрицкий // Россия и внешний мир: диалог культур: Сб. ст. М.: Проспект, 1997. С. 177–184.
20. Ионин, И.Н. Мифы в политической истории России / И.Н. Ионин // Полития. – 1999. – № 1. – С. 12–20.
21. Калининченко С., Квеско Р.Б. Мифодизайн как социокультурный феномен / С. Калининченко, Р.Б. Квеско // Известия Томского Политехнического Университета. – Т. 314. – № 6. – 2009. – С. 85–89
22. Кара-Мурза, С. Идеология и мать ее наука / С. Кара-Мурза. – М.: Алгоритм, 2002. – 257 с.
23. Кара-Мурза, С. Манипуляция сознанием / С. Кара-Мурза. – М.: Проспект, 2003. – 170 с.
24. Козырев, Г.И. «Враг» и «образ врага» в общественных и политических отношениях / Г.И. Козырев // Журнал «СоцИс» 2008. – № 01. – с. 31–39.
25. Кольев, А.Н. Политическая мифология / А.Н. Кольев. – М.: Арго, 2003 – 257 с.
26. Костина, А.В. Основы рекламы / А.В. Костина, Э.Ф. Макаревич, О.И. Карпихин. – М.: КноРус, 2008. – 400 с
27. Кэмпбэлл Дж. Тысячелетний герой / Дж. Кэмпбэлл. – Киев, 1997 – 412 с.
28. Кэссирер, Э. Техника политических мифов / Э. Кэссирер // Октябрь 1993. №7. – С. 157–158.
29. Лабунская, В.А. Образ врага в межличностном общении / В.А. Лабунская // Социальная психология и общество. 2013. №3. – С. 52 – 64
30. Лебедев, А.Н. Экспериментальная психология в российской рекламе / А.Н. Лебедев, А.К. Боковиков. – М.: Academia, 1995. – 135 с.
31. Лосев, А.Ф. Диалектика мифа / А.Ф. Лосев. – М.: Правда, 1990. – 431 с.
32. Лосев, А.Ф. Философия. Мифология. Культура / А.Ф. Лосев. – М.: Олма-Пресс, 1981. – 396 с.
33. Леви-Брюль Л. Первобытная мифология / Л. Леви-Брюль. – М., 2014. – 459 с.
34. Леви-Стросс, К., Первобытное мышление / К. Леви-Стросс. – М.: Аурус, 1999. – 394 с.
35. Леви-Стросс, К. Структурная антропология / К. Леви-Стросс. – М.: Проспект, 1985. – 187 с.
36. Лифшиц, М.А. Мифология древняя и современная: Избранные работы / М.А. Лифшиц. – М.: Искусство, 1980. – 582 с.
37. Лобок, А.М. Антропология мифа / А.М. Лобок. – Екатеринбург: Банк культурной информации, 1997. – 688 с.
38. Малиновский, Б. Магия, наука, религия / Б. Малиновский. – М.: «Рефл-бук», 1998. – 304 с.

39. Мостовая, И.В., Архетипы и ориентиры российской ментальности / И.В. Мостовая, П.А. Скорик // Полис. – 1995. – № 4. с. 69–76.
40. Николаева, Н.И. Роль идеологического фактора в формировании «образа врага» / Н.И. Николаева // Человек и власть в современной России. Саратов. Изд-во Саратов. соц.-экон.ун-та. 2001. – Вып.4. – С.81–88.
41. Ноздренко, Е.А. Реклама как фактор культурно-исторического процесса последней трети XX – начала XXI вв.: Дис. ... канд. филос. наук: 24.00.01. / Е.А. Ноздренко. – Красноярск, 2006. – 171 с.
42. Образы власти в постсоветской России. Политико-психологический анализ. / Под ред. Шестопаля Е.Б. – М.: Олма-Пресс, 2004. – 297 с.
43. Осипов, Г.В. Социальное мифотворчество и социальная практика / Г.В. Осипов. – М., 2000 – 290 с.
44. Полосин, В. Миф, религия, государство: Исследование политической мифологии / В. Полосин. – М.: Ладомир, 1999. – 440 с.
45. Пендикова, И.Г., Архетип и символ в рекламе / Пендикова И.Г., Ракинина Л.С.. – М.: Юнити, 2008. – 303 с.
46. Платон. Государство. Диалоги / Платон. – М.: Проспект, 2003. – 300 с.
47. Поршнева, Б.Ф. Социальная психология и история / Б.Ф. Поршнева. – М., 1979. – 357 с.
48. Потебня, А.А. Слово и миф / А.А. Потебня. – М.: Правда, 1989. – 263 с.
49. Рожков, И.Я. Миф – «базис и надстройка» рекламного творчества / И.Я. Рожков // Реклама. – 2008. – №1. – С.13–24.
50. Рюмшина, Л.И. Манипулятивные приемы в рекламе / Л.И. Рюмшина. – Ростов-на-Дону: Издат. Центр МарТ, 2004. – 35 с.
51. Савельев, А.Н. Образ врага: от биологии к политологии / А.Н. Савельев // Этнопсихологические проблемы вчера и сегодня. Мн. – М.: Проспект, 2004. – 250 с.
52. Сенявский, А.С., Историческая имагология и проблема формирования «образа врага» (на материалах российской истории XX века) / А.С. Сенявский, Сенявская Е.С. // Вестник РУДН. – 2006. – № 2(6). – С. 54–72.
53. Сенявская, Е.С. Психология войны в XX веке: исторический опыт России / Е.С. Сенявская. – М.: РОССПЭН, 1999. – 383 с.
54. Сорель, Ж. Размышления о насилии / Ж. Сорель. – М.: Русь, 1907. – 479 с.
55. Терин, В.П. Электронное мифотворчество для всех (мозаичная информация, мифологическая действительность и наше сознание) / В.П. Терин // Мир психологии. – 2003. – № 3. – С. 75–81.
56. Тузиков, А.Р. Идеология видимая и невидимая / А.Р. Тузиков // Полис. – 2002 – № 5 – С. 120–128.
57. Ульяновский, А.В. Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы / А.В. Ульяновский. – СПб.: Питер, 2005. – 544 с.

58. Ульяновский, А.В. Мифодизайн рекламы / А.В. Ульяновский. – СПб.: Институт личности, 1995. – 300 с
59. Усачева, В.В. Политическая социализация личности в условиях современной России / В.В. Усачева // Формирование и функции политических мифов в постсоветских обществах. – М., 1997. – С. 85 – 101.
60. Фатеев, А.В. Образ врага в советской пропаганде. 1945-1954 гг. / А.В. Фатеев / Монография. Отв. ред. Петрова Н. К. – Ин-т рос. истории РАН, 1999 – 261 с.
61. Филатов, А.М. «Образ врага»: роль мисперцепции в формировании менталитета и политики «холодной войны» / А.М. Филатов // XX век: основные проблемы и тенденции международных отношений. – М.: Речь, 1992. – С.125–127.
62. Фрейд, З. Психология бессознательного: Сб. произведений. / З. Фрейд – М.: Просвещение, 1989. – 447 с.
63. Хюбнер, К. Истина мифа / К. Хюбнер. – М.: Речь, 1996. – 340 с.
64. Цуладзе, А. Политическая мифология / А. Цуладзе. – М.: Проспект, 2003. – 390 с.
65. Чогандарян, М.Г. «Методы, способы и приемы советской пропаганды в 1920–30-е гг. XX в» / М.Г. Чогандарян. – Теория и практика общественного развития. – № 4. – 2013, С.181–183.
66. Шестов, Н.И. Политический миф теперь и прежде / Под ред. проф. А.И. Демидова. – М.: ОЛМАПРЕСС, 2005. – 414 с.
67. Шестов, И.И. мифологический фактор российского политического процесса / И.И. Шестов. – Саратов, 1999. – 197 с.
68. Шестопад, Е.Б. Политическая психология / Е.Б. Шестопад. – М.:МГИМО, 2002. – 379 с.
69. Юнг, К. «Аналитическая психология: теория и практика. Тавистокские лекции» / К. Юнг. – Москва: Изд. Азбука-классика сен., 2007. – 250 с.
70. Юнг, К., Душа и миф. Шесть архетипов / К. Юнг. – Минск, 2004. – 529 с.
71. Юнг, К.Г. Сознание и бессознательное / К.Г. Юнг // Психология сознания / Сост. Л.В. Куликов. – СПб.: Питер, 2001. – 475 с.
72. Юнг, К.Г. Человек и его символы / К.Г. Юнг. – М.: Серебряные нити, 1997. – 368 с.
73. Элиаде, М. Аспекты мифа / М. Элиаде. – М.: Речь, 1995. – 395 с.

III Источники на иностранных языках

74. Leerssen J. The rhetoric of national character: A programmatic survey // Poetics today. – 2000. – V.21. – P. 279.
75. Lippman W. Public Opinion. N.Y., 1950.1.Articles.
76. Frank J. The image of enemy // Sanity and survival: Psychological aspects of war and peace. N.Y., 1967. P. 118 – 139.

77. Rieber R.W., Kelly R.J. Substance and Shadow: Images of the Enemy // Psychology of war and peace: the image of the enemy / Ed. by Rieber R.W. N.Y., 1991. P. 18.
78. Horowitz D.L. Ethnic groups in Conflict. University of California Press, Berkeley et al., 1985.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Содержательный анализ сюжетов, содержащих образ «врага» в новостных выпусках на телевидении

Таблица А 1. – Содержательный анализ сюжетов, содержащих образ «врага» в новостных выпусках за 2014, 2015 и 2016 гг.

Дата видеосюжета	28.12.2014	27.12.15	25.12.16
Сюжеты, в которых есть враждебная сила, с которой нужно бороться	Олимпиада, Украина, Внешняя политика, коррупция, природные катаклизмы	Внешняя политика Терроризм Украина	Убийство российского посла, фальсификация фото и видео сюжетов о действиях Москвы и Дамаска в Сирии, Террористические акты в Европе, президентские выборы в США
Образ врага (есть ли враг, скрытый или явный, одушевленный или нет, человек или обстоятельства, стихия)	Олимпиада - Мелочные придирки тех, кто ждал другого результата, искал недочеты под микроскопом Присоединение Крыма – «хорошо экипированные российские военные», это всерьез утомило пыл киевских экстремистов и позволило спокойно провести референдум Увеличение наступательного потенциала НАТО Внешние угрозы: американская система ПРО Внутренние угрозы: Деятельность по информационному воздействию на население, подрыв исторических, духовных и патриотических традиций, разжигание вражды Военные учения в Крыму – демонстрация силы Гражданская война на Украине – европейские	США подрядчик нового мирового порядка Многих это раздражало и тревожило Эрозия старого мироустройства, оставшегося нам в наследство со времен холодной войны, насилие, жестокость, права человека ни во что не ставятся (путин в ООН) Вы хоть понимаете, чего вы натворили Время, когда можно было рубить, а не распутывать противоречия ушло. Если рубить США могли и в одиночку, то распутывать оказались не в состоянии Саудовская Аравия, Турция, США Глава пентагона грозит нам возможными потерями	Убийство российского посла в Турции - Жертва вероломства и невежества. Вероломство тех, кому не нужен мир на ближнем востоке и невежества тех, кто проникся дикими идеями и готов убивать за них, как было в случае со сбитым российским самолетом Либеральная военная диктатура. Молодежь хотела самим определять, как им жить, а военные сказали нет, будет так как мы хотим. И эта часть общества стала апеллировать к Европе – посмотрите – у вас свобода, а у нас в Турции нет. Нас заставляют быть европейцами. Эрдоган отстранил военных, стали подниматься радикалы, среди молодежи. Сторонники возрождения османской империи. Курдская проблема. Война курдов за независимость. «крутой замес» в Турции. Власть под контроль турецкой власти не удастся. Украина – Единодушная реакция мир содружества. Все осудили. Сочувствие может быть разным. Украина отреагировала по – особенному: Порошенко в этот же день выразил соболезнования

Дата видеосюжета	28.12.2014	27.12.15	25.12.16
	<p>и американские высокопоставленные эмиссары, заместитель госсекретаря Виктория Нулан Германия, Польша, Франция</p> <p>Террор правого сектора, в Одессе сжигают людей</p> <p>Резиденция Януковича – музей коррупции</p> <p>Антироссийская истерия</p> <p>Информационная война</p> <p>Заграничные кураторы усаживаются в президентское кресло и начинают инструктировать украинских политиков</p> <p>Против мирных граждан Донбасса</p> <p>Ополчение на Донбассе для защиты своих домов от пришлых с западной Украины</p> <p>Кровопролитный бой</p> <p>Экономика – санкции, которыми заваливали российскую экономику</p> <p>Санкции США со скрипом поддержанные Евросоюзом</p> <p>Холодная война, США</p> <p>Украина – мир небезопасен и нестабилен, Запад нарушает международные правила, хочет, чтобы их определяли победители,</p> <p>Враг – США, Россия ему противостоит, Евросоюз – пешка в игре</p> <p>Европа, Германия – болваны в опасной игре, затеянной США прямо у</p>	<p>В Вашингтоне не обсуждают возможности взаимодействия с Россией в борьбе с терроризмом, а ищут как ей помешать</p> <p>Турция</p> <p>Сбитый российский военный самолет, убийство беззащитного военного летчика Эрдоган, уподобившись джихадистам, уличенный в пособничестве терроризму</p> <p>попытался решить свои проблемы в соответствии со своими собственными представлениями</p> <p>Украина</p> <p>Меркель, Обама</p> <p>Евросоюз</p> <p>Вслед за Вашингтоном покорно плетется Евросоюз</p> <p>Встреча США со своей «шестеркой»</p> <p>Терроризм</p> <p>Мир в очередной раз задумался об объединении перед общей угрозой</p> <p>Украина – экстремистские группировки вредят Крыму</p> <p>Запретили советское шампанское на Новый Год</p> <p>Президент Украины</p>	<p>о теракте в германии, но ни словом не обмолвился о рос после. Стрелять в дипломата плохо, но в целом «поделом».</p> <p>Некоторые депутаты рады назвали террориста героем</p> <p>Американский публицист в своей заметке написал – не стоит лить слезы, это не тар акт, а акт мести.</p> <p>Провел аналогию с тем, что в 30 е гг еврейский студент застрелил посла гитреловской германии</p> <p>Военная операция в Сирии, внутренние и внешние враги</p> <p>Когда путин в 15 году решил начать операцию, многие были настроены критически, а запад партнеры радовались – не тому что ситуация может измениться, а тому, что Россия сильно рискует. Положение Асада было критическим, боевики уже почти вошли в дамаск, армия была предельно истощена. И здесь, в России нашлись скептики и злопыхатели, называли ввод авиации авантюрой, доморощенные стратеги предрекали неминуемое поражение, вспоминали Афганистана и чем закончилась та война для Советского Союза, Вьетнам и поражение США, грядущий раскол рос общества. Где теперь эти злопыхатели? Молчат, потому что военные успехи очевидны: ИГИЛ отступает, геополитическая инициатива у России.</p> <p>Западные СМИ –</p> <p>В этом году мы много рассказывали вам о потоках лжи, которую выливают на головы своих читателей и зрителей некоторые западные СМИ. Причем те что считаются авторитетными, серьезными. Ложь о России, о нашей борьбе с террористами, о сирийской</p>

Дата видеосюжета	28.12.2014	27.12.15	25.12.16
	<p>российских границ Сомнительное единство в противостоянии с Москвой Превратили большую восьмерку в сходку семерки Обструкция России Вопили о необходимости обеспечения газом Европы – энергетическое голодание. И без того резкое обнищание стран Южной Европы ИГИЛ – внезапно, словно из-под земли новая сила, более фанатичная и жестокая, чем Талибан, более организованная чем Алькаида Орды исламистов как термиты сметают на своем пути хрупкий порядок на ближнем востоке Явная и неотвратимая схватка цивилизаций Идет по планете с огнем и мечом Террористическая чума 21 века – США В Ираке, Сирии – ИГИЛ, расстреливали всех, даже 2х летнюю девочку Израиль пытался уничтожить ракетные комплексы в Палестине США – тупость американских избирателей США есть дело до всего и Белый дом не пытается скрывать свой эгоцентризм Штаты постоянно ставят союзников в</p>	<p>попытался одержать победу хотя бы в информационной войне Западные СМИ молчат, Официально НАТО не поставляет оружия на Украину. Киев применяет все модификации РЗСО, ураган, град, смерч Бегство от призыва в стране становится чем-то вроде национального спорта, бегут иногда целыми деревнями. Жители села Конюхово нанимают 2 автобуса и уезжают на них в Россию Минские договоренности постоянно нарушаются. Украинские военные привозят меньше людей чем представители ЛНР и ДНР. Если украинские пленные возвращаются сытыми, одетым, то пленные ополченцы едва стоят на ногах и рассказывают о пытках Десант американских инструкторов. Подразделение американской национальной гвардии. Порошенко их приветствует нарушая пункт о выводе всех иностранных военных с территории МВФ – ведет себя не</p>	<p>армии. И цинизм при изготовлении этой лжи уже перешел все границы. Я могу понять, когда умалчивают о каких-то невыгодных для себя обстоятельствах, я могу понять, когда трактуют события в своих интересах, но вот так слепить ролик с актерами, которые рассказывают в камеру небылицы с детьми, обмазанными грязью и красной краской, будто это кровь, эти актеры и дети рассказываю, что русские виноваты в их бедах. Вот такого раньше не было Такого рода материалы готовят специально обученные люди, но ведь журналисты, редакторы, которые распространяют эту ложь, они ведь не работники западных спец служб. У них ведь раньше были принципы, они знают, что это ложь или догадываются, но не хотят об этом думать или уже настолько оболванены, что уже вообще ничего не понимают? Жесткость информационного потока такова, что кажется, что они с нами воюют, но ведь мы с ними не воюем, мы воюем с террористами Меркель – Какой счет предьявят Меркель за попытку отсидеться пока другие борются с терроризмом Теракт в Берлине - полиция умудрилась упустить террориста Даже за такими людьми европейские спецслужбы не в состоянии уследить, как они победят терроризм? Тем более, когда гос-во продолжает играть в политкорректность, на немец телеканал лицо подозреваемого замазывали, наверное, чтобы не видна была его арабская внешность и в то же время</p>

Дата видеосюжета	28.12.2014	27.12.15	25.12.16
	<p>неловкие ситуации и сами в них попадают Глупость Даже американцы подняли госдеп на смех Отрицание очевидного плюс подтасовка фактов Некомпетентность на грани невежества Мало любить игру – надо уметь в нее играть (высмеивание внутренней политики США)</p>	<p>логично, нарушает свое главное правило – не давать в долг тем, кто не платит Апофеозом стало назначение Саакшавили на пост губернатора одесской области. На родине его обвиняют в коррупции. О том, кто из них больший вор – министр и губернатор спорят в присутствии президента во время заседания совета по реформам. О каких реформах можно говорить, если руководство страны состоит из враждующих лагерей Запретили ком партию, идеологию и символику приравняв к фашистской МОК – дисквалификация российской сборной в полном составе из-за допинга</p>	<p>смаковали видео убийства российского посла в Турции Германия вскормила настоящее исламистское подполье Решение – обмен информацией, общая борьба с терроризмом. Вместо этого сейчас санкции или устранение из-за исторических комплексов от участия в активных боевых действиях против ИГИЛ США Посмотрим, как поменяется при трампе политика Вашингтона, нынешнее состояние которой Владимир Путин прокомментировал на своей большой пресс конференции – они по всем фронтам проигрывают и ищут виновных на стороне. Это унижает их собственное достоинство, нужно уметь и проигрывать достойно» МОК, допинг в России- Отобрали у сочи право принять соревнования по скелетону. Заново проверят на допинг пробы всех рос спортсменов с 2010 года По поводу информатора (гражданин который удрал). Он где до этого работал – в Канаде и таскал сюда всякую гадость. Преврати это в свой бизнес личный. Заставлял применять. Потом хвост прижали, и он удрал</p>