

РАЗГОВОР ИЗ ПЯТИ УГЛОВ

Угол четвертый:

Мифотворчество и виртуальная реальность

© И. В. Захаренко, 2000

Предлагаемая статья имеет скорее вопросительный, нежели безоговорочно утвердительный характер, ее можно рассматривать как предварительный набросок, некий контур, эскиз возможных, но не завершенных размышлений, касающихся понимания “виртуальности”. Наш интерес к подобному исследованию вызван тем, что в последнее время термины “виртуальность”, “виртуальная реальность” приобрели особую актуальность и значимость, используя не только при описании принципов компьютерной условности, но и распространяясь на новые области знания.

“Словарь русской культуры XX века” В. П. Руднева рассматривает виртуальные реальности в узком и широком смысле. В узком смысле это “те игровые или необходимые с технической точки зрения «искусственные реальности», которые возникают благодаря воздействию компьютера на сознание”, в результате чего сознание “погружается” в некий выдуманный, сконструированный компьютером мир. В широком смысле в терминологии “виртуальности” в современной психологии описываются любые измененные состояния сознания (психоз, шизофрения, гипнотическое состояние, наркотическое или алкогольное опьянение). Нас интересует понятие “виртуальной реальности” применительно к дискурсу¹, причем мы концентрируем наше внимание на дискурсе в политической сфере, поскольку он, будучи “неким смещенным (измененным) состоянием сознания” [Базылев В. Н. Российский политический дискурс (от официального до обыденного) // Политический дискурс в России. М., 1996. С. 9], является благоприятным “полем” для создания виртуальной реальности.

На наш взгляд, основными характеристиками виртуальной реальности являются следующие: виртуальный мир *моделируется, искусственно создается*, предлагая готовую модель мира, с целью *замещения* действительной реальности, но “отталкиваясь” от последней. Виртуальная

¹ В нашем понимании дискурс представляет собой связный текст в совокупности с экстралингвистическими — социо-культурными, психологическими, прагматическими и др. — факторами; единый механизм, включающий различные аспекты языка и языкового мышления и участвующий во взаимодействии носителей языка и механизмах их сознания.

реальность *воздействует на сознание* субъекта таким образом, что мир моделируемый воспринимается как реальный и истинный. Другими словами, она дает субъекту *ощущение* реальности происходящего: предметы и отношения реальной действительности объективируются, в границах виртуальной реальности начинают “работать” и проявлять себя “механизмы” действительной реальности. Образно говоря, виртуальная реальность, воздействуя на сознание субъекта, слепому дает глаза, глухому — уши и т. д., хотя ни первый, ни второй в действительности не становятся соответственно ни зрячим, ни слышащим². При этом точкой отсчета для процесса “виртуализации” являются коллективные представления (по Э. Дюркгейму), которые навязываются индивиду обществом, носят императивный характер и присваиваются, “наследуются” индивидом в процессе социализации. Эти представления являются предметом *веры*, а не рассуждений и предписывают определенные модели поведения. Иначе говоря, моделирование виртуальной реальности сопровождается “атакой” на мифологическое сознание, отсылающее к коллективным представлениям, а точнее — к области коллективного бессознательного (К. Юнг), где превалируют образы и эмоции. Таким образом, виртуальность можно рассматривать как некий мир, в который пытаются втянуть, и если это удастся, то происходит идентификация субъекта с моделируемым миром, субъект сливается с ним, растворяя в нем свое “я” и становясь его квазиучастником: “социальная действительность раздваивается на реальную инстанцию и ее образ, который ее скрадывает, делает неразличимой и оставляет место лишь для схемы растворения личности” [Базылев В. Н. Указ.соч. С. 7]. Кроме того, на наш взгляд, креативным пространством для виртуальной реальности является социум в широком понимании, поскольку она ориентирована на “толпу” (С. Московичи), вернее, на различные виды “толп”³. При

² Интересно заметить, что в упоминаемом нами “Словаре...” В. П. Руднева отмечает, что понимание термина “виртуальность” таит в себе парадокс, т. к. этимология этого слова (от лат. *virtus* - “истина”) противоречит его значению, которое для носителя обыденного сознания синонимично чему-то вроде “воображаемое, вымышленное, иллюзорное”. На наш взгляд, это противоречие снимается, если рассматривать виртуальную реальность с точки зрения ее восприятия индивидуальным сознанием, следовательно, важен субъект, его принадлежность определенному социуму, национальному лингво-культурному сообществу. Скажем, субъект, принадлежащий одному социуму, воспринимает телевизионную программу С. Доренко как виртуальную реальность, в то время как представитель иного социума принимает эту же “реальность” за “свою”, идентифицируя себя с ней, и в этом смысле она становится для него “истинной в последней инстанции”, а не чем-то вымышленным или иллюзорным.

³ Интересные размышления на эту тему можно найти в Д. Б. Гудкова, который, анализируя тексты газет “Завтра” и “Московский комсомолец”, показывает, что данные издания ориентированы на разные типы “толп” [Гудков Д. Б. Функционирование преце-

этом выявляются предпочтения и ожидания, бытующие в массовом сознании, и сконструированная виртуальная реальность становится ни чем иным, как средством воздействия на массовое сознание и манипулирования им.

Учитывая перечисленные признаки виртуальной реальности, выскажем предположение, что ее моделирование сродни мифотворчеству. Многие исследователи мифа, говоря о его функциональной направленности, обращали внимание на способность мифа “описывать вечные модели личного и общественного поведения... объяснять и санкционировать существующий социальный и космический порядок в том его понимании, которое свойственно данной культуре” [Мелетинский Е. М. Поэтика мифа. М., 1976. С. 169]. Мифотворчество можно рассматривать как вечную неизбежную потребность общества, поскольку “мифология, несомненно, есть способ быть в *согласии* с миром — не с тем, каков он есть, а с тем, каким он хочет себя сделать” [Барт Р. Мифологии. М., 1996. С. 284]. Возможность говорить о политических мифах допускалась Э. Кассирером, Т. Манном, Э. Элиаде, Р. Бартом. Р. Барт, например, считает современность привилегированным полем для мифологизирования⁴, объясняя рождение политических мифов теорией о превращении с помощью мифа истории в идеологию (добавим, что это ярко демонстрируется историей российского общества). Мифология же представляет собой область архетипов, поскольку архетип есть своего рода готовность снова и снова репродуцировать мифологические представления. Юнг замечал, что архетипические образы всегда сопровождали человека, детерминируя способы восприятия реальности, определяя бессознательные установки, служащие призмами, через которые человек преломляет мир [Юнг К. Архетип и символ. М., 1991]. Однако сам автор термина “архетип” писал о том, что ухватить это понятие нелегко, поскольку очень трудно (если не невозможно!) описать нечто, что своей природой не дает возможности точного определения. В нашем понимании феномен, обозначаемый понятием “архетип”, имеет как бы двухуровневый, комплексный характер: он фиксируется на уровне мифа, “составляющие” которого получают свою определенность только в его контексте и в контексте определенной культуры. Другими словами, в конкретных мифах, по-видимому, трудно выделить чистые архетипы

дентных феноменов в политическом дискурсе российских СМИ // Политический дискурс в России-4. М., 2000]. Добавим лишь, что подобная картина наблюдается и по отношению к телевизионным средствам массовой информации (ср., напр., телеканалы ОРТ и НТВ).

⁴ Заметим, то, что писал Р. Барт в 60-е годы XX столетия, остается актуальным и в настоящее время, что лишь только подтверждает закономерную необходимость мифологии для любого, в том числе и современного общества.

(универсальные схемы, фигуры образов, по К. Г. Юнгу), вероятно, следует говорить о неких универсалиях, но с “ограничениями”, поправками на особенности данной культурной традиции, поскольку различные культуры актуализируют по-разному универсальные потенциалы человеческой природы. Именно архетипические образы и мифологические мотивы являются строительным материалом для виртуальной реальности, она буквально пронизана ими, поскольку ориентируется на дорациональное, недискурсивное мышление. В виртуальном мире российского политического театра задействована разно— и многообразная палитра архетипических образов, которая отражает и в то же время, безусловно, задает систему координат и оценок по шкалам “+ / -”, “верх / низ”, “свой / чужой”, характерную для определенного лингвокультурного сообщества. Например, тот или иной политик или государственный деятель наделяется определенными чертами, восходящими к архетипам “культурного героя”, антигероя, самозванца, соблазнителя, шута, трикстера. Причем “ниша” для соответствующего архетипического образа существует всегда (другое дело, что обыденным сознанием она не осознается), заполняясь лишь новой фигурой в зависимости от конъюнктуры, политической ситуации и общественных ожиданий и предпочтений (“свято место пусто не бывает”). Так, при создании образа В. Путина во время предвыборной президентской кампании внимание акцентировалось на его физической выносливости, работоспособности, энергичности, готовности принимать решения и нести за них ответственность. К этому добавлялась реальная возможность защиты от терроризма и олигархов (“демонических сил”), борьба с ними, их устранение как мешающих нормальной жизни общества, в чем, в частности, выражалась забота об устройстве мира для человека. Чем не воплощение образа “культурного героя”? Приведем другой пример. “Доминирующие” черты В. Жириновского — клоун, аномалия, “медицинская проблема” — восходят, безусловно, к архетипу шута, представляющему нечто среднее между простаком и трикстером [Мелетинский Е. М. О литературных архетипах. М., 1994. С. 113]. Он нелепо подражает “культурному герою” или совершает злые, коварные проделки, нарушающие космический и социальный порядок (напр., выплескивает сок в лицо оппоненту, затевает драку в парламенте и под.). Жириновский старается поддерживать это трикстерно-шутовское “демоническое” начало в своем поведении, электорат же ждет этого от него. Часто многие происходящие на политической (и не только) сцене события можно объяснить и понять, связав их с существующими в обыденном сознании архетипическими представлениями. Вспомним ситуацию, когда Б. Ельцин с периодической настойчивостью менял премьер-министров. Заметим, что сме-

на глав правительства, отдаленно напоминающая чехарду на российском престоле, сопровождалась резким повышением рейтинга вновь избранного премьер-министра. Это можно объяснить тем, что каждый новый премьер воспринимался как новый “мудрый и справедливый царь”, на которого возлагаются народные надежды и чаяния, что, по-видимому, восходит к архетипическому образу отца-защитника. На архетипическом мотиве “чуда” сыграли в свое время учредители акций “МММ”: не надо прилагать никаких ни интеллектуальных, ни физических усилий, материальные блага сами свалятся вам на голову, богатство само придет к вам в руки — можно для этого сидеть на печи в ожидании Щуки, а можно купить акции “МММ”. Моделирование виртуальной реальности возможно и на уровне межкультурных контактов. Достаточно вспомнить, как в течение долгого времени в нашей стране культивировался образ “гнилого” Запада (образ виртуального врага) и соответственно по ту сторону “железного занавеса” в обыденном сознании бытовало и порой продолжает бытовать до сегодняшнего дня представление о том, что в России вечный снег, по улицам в лаптях и с балалайками гуляют пьяные мужики, а по Красной площади бродят медведи. Перечень подобных примеров можно продолжить, однако, будучи ограничены рамками статьи, мы не имеем возможности это сделать. Ко всему сказанному добавим только, что архетип, принадлежа области коллективного бессознательного, сам никогда не может достичь сознания непосредственно, но только опосредованно, с помощью символов. Одним из средств “репрезентации” архетипов, а следовательно, и моделирования виртуальной реальности являются, наряду с фразеологией, прецедентные феномены. (Ср.: “Современный миф дискретен: он высказывается не в больших повествовательных формах, а лишь в виде «дискурсов»; это не более чем *фразеология*, набор фраз, стереотипов” [Барт Р. Указ. соч. С. 15]). Но это уже материал для другого исследования.

Подводя итог сказанному, подчеркнем, что вторжение виртуального мира в нашу повседневную жизнь становится все очевидней и вызывает определенные опасения (по крайней мере демонстрирует, насколько “внушаемо” российское общество). Мы не беремся судить о последствиях процесса “виртуализации”, скажем только, что он опирается на благодатную почву — архетипические черты массового сознания, которые отшлифовывались на протяжении всей русской истории и которые следует воспринимать как данность.