

Пространство гуманитарного знания: мифология в современной России

Слова «миф», мифология, мифологема стали удивительно популярными в лексиконе современного интеллигентного человека. Мы знаем (или подозреваем), что биография поп-звезды есть миф; о предвыборной компании говорим, что это мифотворчество; уверены, что СМИ пробавляются мифами и т. д., и т. п. Еще более убедительным становится это подозрение в отношении художественного рынка, для которого мифотворчество стало непременным условием продвижения продукта и продавца.

Не чувствуется ли в нашем высказывании интонация: все перечисленное — обман, искажение реальности, интерпретация фактов действительности с конкретной целью? Иными словами, мы подозреваем, что попали в очередное поле власти, и что XXI век наследовал от предыдущего миф как властный инструмент. Вместе с тем мы видим: нам не пересказывают традиционные мифы, и наши «герои» не похожи на древних Гераклов или Добрынь Никитичей. Да и творцы новых «мифов» вовсе не смахивают на убеленных сединой, умудренных годами авгуров.

Возникает целый ряд вопросов. Все ли то, что мы называем мифом, есть таковой по существу, иными словами имеем ли мы дело, действительно, с современными модусами ноумена-мифа или встречаемся с его фантомом — псевдомифом, квазимифом? Это означает, что в одном случае нечто имеет с мифом общие признаки, но не является тождественным. В другом — нечто рядится в миф, использует его возможности. Иначе говоря: в первом случае, мы обманываемся, во втором — нас обманывают. Справедливости ради, следует припомнить пропедевтическую способность мифологии, обозначенную еще Платоном. Мифом можно прояснить сущности, логическому проговариванию не подлежащие. Образно говоря, миф подобен удочке или ружью, посредством которого мы можем коснуться отдаленного или недосягаемого.

Миф часто откровенен в своем неправдоподобии и одновременно эвристичен в намеке на сущее. «Может быть, он в чем-то прав?» склонны мы предполагать, ибо мифотворчество подобно подпочвенному корневищу — тому, что в современной эстетике называется ризомой. Сквозь мифическое повествование угадываются архаические нарративы, знакомые нам по древним мифам и их мутантам — сказкам. Заглянем еще глубже в пучину своего и чужого бессознательного и почувствуем, что рассказываемое соответствует нашей интуиции, солидаризирует с нашими представлениями о должном или не должном, с тайной радостью узнавания своих собственных взглядов на мир. Потому силу мифа составляет не содержание, не форма и язык повествования, но «дух», в нем растворенный. Миф — язык, но этот язык работает на самом абстрактном уровне, где смыслам удается отделиться от самой основы, на которой они создаются. Этот способ осмыслиения частиц бытия выводит за границы того, что доступно разуму, его инструменту и квинтэссенции — науке.

Миф прочитывается как фактическая система, как правдоподобное повествование, но на самом деле он система семиотическая и психическая. Он нормализует непонятную ситуацию, придает ей смысл, корни и следствия которого выходят за границы обозримого существования человека и его микромира. Противоречия, которые охватывают все уровни социальной жизни, требуют смыслового и образного воплощения, но — что важнее всего — нейтрализации, хотя бы видимого разрешения. Миф не может избавить от противоречий бытия, но в состоянии их оправдать и тем снять трагическое напряжение от существования в мире неведомом, угрожающим, непредсказуемом. Когда-то Паскаль заметил, что самая лучшая книга та, о которой читатель думает, что он мог бы написать ее сам. То же можно сказать о мифе. Читатель (слушатель, зритель) воспринимает миф как освобождение от мучившего его непонимания, чреватого депрессией. Невменяемое делается ясным, структура мира — очевидной.

Миф — замещающая реальность, или корректирующая исходную, или проясняющая ее сущность. С этим, похоже, согласны все. Другое дело, когда называют современные мифы, и встает вопрос о мере их идеологичности, о рекламе и пиаре, — о сознательном искажении сути явления. Что мы знаем о нашем президенте: миф или правда? А о знаменитом певце или пианисте? С чем имеем дело: с мифами по существу или с игрой в миф, игрой с мифом? Иначе говоря, с использованием суггестивных и коммуникативно-семиотических возможностей мифологии, ибо современная неомифология, как всякая мифология, — инструмент власти. Однако, власти над кем, над чем, зачем и как?

Чтобы не впасть в грех «голословия», выберем в качестве объекта «дамский журнал», а еще конкретнее — один из самых содержательных, объемный, блестательно изданный — «Караван историй». Рассмотрим его как презентанта неомифологии, предполагая решить два вопроса: мифология ли это? Что общего здесь с мифом?

Власть осуществляет контроль посредством планирования сообщения, а мифология есть техника власти. Соответственно первым встает вопрос *об адресате*. Таковым является общественная психология и обыденное сознание.

Характеристики обыденного сознания давно обозначены в социологической литературе. Эмпирическое, нерефлексирующее, антирациональное; опирается на «житейский опыт» — свой и чужой; эмоционально. Отражает практические обстоятельства; непосредственно реагирует на социально-культурную ситуацию и ее динамику. Проявляется как чутье, инстинкт, — к обыденному сознанию применимо знаменитое сусанинское: «Чуют правду!»

Складывается в условиях массовой коммуникации, посредством которой каждый человек, в той или иной мере, формирует собственную картину мира. Проявляет склонность к паттернам “образцам поведения, дающим опробированные результаты, ибо обыденному сознанию необходимо оперативно реагировать на ситуацию, а не размышлять, экспериментировать посредством дистанции с событием и мнениями. Легко подпадает под эмоциональное воздействие и художественные образы, т. е. суггестию любого типа. Когда-то марксистский «исторический материализм» подчеркивал: обыденное сознание есть отражение интересов социальных групп и классов, — что соответствует действительности и все более и более осознается ныне российскими гражданами.

В случае с «Караваном историй» адресат очевиден, поскольку мы имеем дело с дамским романом, осуществляющимся в виде очерков. Обратим внимание: дамским, а не женским. Здесь главную роль играет не пол, а социально-культурные претензии. «Дама» — не биологическое явление, а гендер, знак, символ идентификации.

Вопрос второй: *о сообщении*, ибо всякая информация есть сообщение, излагаемое кем-то, с какой-то целью, и на кого-то рассчитана.

Попробуем проклассифицировать характер и функции скрывающихся здесь сообщений, сообразно современной семиотике, имея в виду, что сообщение принимает на себя сразу несколько из предложенных далее функций.

Референтная: текст сообщает о реальных событиях и вещах. *Эмотивная*: задача автора — вызвать реакцию, эмоции. В нашем случае основной, имплицитный призыв можно сформулировать следующим образом: Внимание! Шикарно, когда...! Так нужно жить! За сим следует *повелительная функция*: Сделай это! И ты добьешься того же! *Фатическая*¹: кажется, что сообщение вызывает какие-то чувства, но на самом деле стремится удостоверить сам факт коммуникации, подразумевая при этом ее комплиментарность: Мы вступили с тобой в контакт, потому что ты этого достойна! Нас сплачивает сладкая тайна, мерцающая сквозь конкретику описываемого, изображаемого.

Бессмертный киплинговский Маугли формулировал это событие с первобытной конкретностью, намекая (сам того не подозревая) на архаический тотемизм, кровнородственные связи, обряды побратимства и тому подобные ритуалы мифологической эпохи: «Мы одной крови! Ты и я!» В переводе на соответствующий случаю современный язык: мы рады, что ты нас читаешь (смотришь), разделяешь наши вкусы и пристрастия. Ты склоняешься к нашему шикарному миру. От себя добавим, миру буржуазных ценностей эпохи первоначального накопления, что подтверждается, в частности, типом персонажей и, особенно, женским. В российской феминистской терминологии он получил название «стерва». Героиня, не мучаясь угрызениями совести, добивается своей цели любым путем, категорически отличаясь от «барышень» и «дам», воспетых как русской, так и европейским литературой, заканчивая викторианской эпохой.

Вспомним, что всякий миф не есть только повествование о событии, иначе он становится новеллой, сказкой, фантазией, — какой угодно литературой и сферой творческого воображения. Миф сам — событие, повод для реинкарнации смыслов, взывающих к глубинам бессознательного и тому, чьим кодом является культура. На этом основании следующая функция, заложенная в «караванном» сообщении, — *металингвистическая*. Предметом сообщения являются другие сообщения. Миф чаще всего отсылает к другому мифу. Миф о ландшафте — к мифу о некогда здесь случившемся, а тот — к мифам о героях и богах, а далее — к мифу о сотворении мира. В нашем случае, повествование об актере (имярек) — к специфике Голливуда, далее — к рецепту «как разбогатеть» (по западному варианту); еще вглубь — к мифологеме «культурный герой», инвариантом которого является наш персонаж.

Наконец, *эстетическая* функция сообщения оформляет и катализирует все прочие. С ней происходит тоже, что некогда Аристотель описывал в связи с поэтикой античной трагедии: должно случиться что-то такое, что превосходит ожидание, что-то, что противоречит общему мнению. Нечто невероятное, но вполне правдоподобное.

¹ Фатическая. от лат fatus — говорить, повествовать; умеющий выражать то, что чувствует.

Например, героя считали неполноценным, отец его всячески подавлял. Он не кончил школу. В сарае с такими же «отщепенцами» создавал компьютеры. На соответствующий рынок проник почти обманом. Так было положено начало второй в мире компьютерной империи.

Накопившееся напряжение, нагромождение ужасных событий снимается типовой разрядкой: всего достигнув, отказался от успеха ради... (варианты не только ограничены числом, но и стандартны) новой жизни, любви, жены. При этом читатель чувствует, что история все-таки придет к счастливому концу.

Добиться информативного и суггестивного эффекта, внедрения информации в сознание публики легче всего, опираясь на избыточность: повторы событий, комментарии, сверхэмоции. Так функционируют все средства массовой информации, и не только те, что мы сегодня называем СМИ. В прошлых культурах аналогичную роль играли светские сплетни, распускаемые слухи и необходимые информативные пространства: античная агора, средневековая площадь, светский бал или, наконец, карнавал, на котором следовало не танцевать, но «интриговать». Подтверждение тому не только широко известная отечественному читателю и зрителю печальная история о семействе Арбениных, поведанная М.Ю. Лермонтовым, но, например, воспоминания прима-балерины Императорских театров М.Ф. Кшесинской².

Содержание функционирующей в культуре мифологии всегда соотнесено с реальностью. Какую бы форму ни принимали мифы, их бытие, реактуализация имеющихся в них смыслов определяется и обеспечивается потребностями действительности.

Миф, по сути, — объяснительная модель. Вместе с тем он обладает предсказуемостью, так как является утолением ожидания. Адресат сам желает того, о чем повествует миф, в нашем случае — «караванный». Он чувствует правдоподобие изображаемого, возможность повторения «матрицы» в его собственной судьбе, если не реальной, то хотя бы виртуальной.

Так мы подошли к еще одному качеству мифа. Миф есть код и опирается (ориентирован) на соответствующие коды: национальный, культурный, конфессиональный, субкультурный и т. д., вплоть до личного подсознательного. Но и это еще не всё. Всякий код базируется на других, более элементарных — внутренних, составляющих его элементы. Подобно тому, как при анализе языка лингвисты движутся от морфем к фонемам и семам — основополагающим знакам и значениям. Вместе с тем, при всяком сообщении происходит перераспределение кодов и их взаимосвязей.

Помимо всей этой «метафизики» и в дополнение к ней учтем, что в нашем «караванном» случае миф есть текст, а, следовательно, имеются словесный и сюжетный коды — шифры, предполагающие соответствующее раскодирование сознанием читающего. Подводя черту под этим нагромождением, слиянием и иерархией кодов, заметим, что «код» есть некая система отношений между обозначаемым и обозначением, и если осуществляются последовательные выявления и упрощения, т. е. кодирование, то делается это — сознательно или бессознательно — с определенной целью и с определенной точки зрения.

Короче говоря: миф опирается на определенные коды, как подсознательные, так и вербально-словесные, как локально- так и общекультурные. Наше расследование продолжается и подводит к способам кодирования мифоподобных текстов.

² Кшесинская М. Воспоминания. М., 1992. С. 290 – 298.

«Караванный» текст изначально ориентирован на мозаичное восприятие — на мельтешение сюжетов, фотографий, репродукций. В этой «взвеси» неизбежна минимизация художественных, пластических, символических средств и замена их сенсационно-репортерским пересказом, журналистикой, которая в прошлом веке называлась фельетоном. Средства, приемы сообщения и его структура унифицируются, и этим достигается узнаваемость, что гарантирует выполнения задач, преследуемых идеологией издания или, как теперь говорят, проекта. Если прочитать некоторое количество выпусков «дамских журналов» (впрочем, как и «дамских романов»), создастся впечатление, что писал один человек и руководствовался единой схемой, выявить которую можно аналогично тому, как В.Я. Пропп обнаружил морфологию сказки.

Мировоззренческо-дидактический эффект достигается через гедонизм. Его подкрепляет органичное включение рекламы или изображения шикарных вещей, что служит одновременно и контекстом, и средством реализации большинства из выше перечисленных функций сообщения. Содержание текстов соответствует общепринятой или нарождающейся, но в любом случае ожидаемой системе ценностей.

Читатель/ница сразу обнаружит путь, которым дойдет до счастливого конца (успеха). Финал легко предположить. Также учтена возможная ситуативная проекция: «как бы я вела себя на ее месте»? Или наоборот: «чтобы она делала на моем месте?», думает читательница или зрительница, и получает удовольствие от совпадения.

Из идей и ожиданий, витающих в воздухе, конструируется образ героя (героини) нашего времени, как он мыслится кем-то и для чего-то, но это — отдельный разговор: о целенаправленности всякой идеологии (включая рекламную, коммерческую и пр.), формирующей издательский продукт.

Стандартный сюжетный код призван добиться эффекта, опираясь на предшествующие коды: так создается заинтересованность информацией. Здесь подразумевается знание троп, знаков, т. е. текст ориентирован на запрограммированный дискурс: читатель/зритель понимает, о чем идет речь и разделяет журнальные пристрастия. Рассказы о российских персонажах чередуются с повествованиями об европейских и американских. Единые координаты обеспечивают взаимопроекцию смыслов, и тем создается единое мировоззренческое пространство.

Задействована символическая и ассоциативная функции предметов, что является неотъемлемой чертой мифа и форм, на нем произрастающих: рекламы, эстрадных клипов или имиджмекерства. В песенном ролике, воспроизведенном в фотографиях, известный певец появляется в образе Людовика Французского, а певица, — вероятно, мадам де Монтенон или мадам де Помпадур. Изображение рождает комплекс коннотаций в меру осведомленности зрителя в истории, искусстве, культуре, но основная идея очевидна: певцу под стать только Король.

Одна из главнейших ситуаций мифотворчества — оборотничество. Не просто волшебство или ритуальная маскировка, средство перемещения из профанной в сакральную сферу и наоборот; в худшем случае — лазейка для инфернальных существ. Мифологическое сознание издревле табуирует ряжение. «*С детства ряженых я боялась,/ Мне всегда почему-то казалось,/ Что какая-то лишняя тень/ Среди них «без лица и названья»/ Затесалась...*» (А.А. Ахматова³). Вместе с тем, для современного человека оборотничество — не столько проклятье, сколько дар избраничества и возможность явить свою истинную, желательно, высшую сущность.

³ Ахматова А.А. Поэма без героя. М., 1998. С. 163.

Широко популяризующаяся «Коллекция» Екатерины Рождественской есть перекодировка сообщения: информация не о картине, а о том, кто схож с ее персонажем. Какому самолюбию не льстит чувствовать себя инкорнацией великого человека, знаменитой красавицы, метемпсихическим воплощением дриады или нимфы! По сути, имеет место симуляция, откровенная обманка, организация заблуждения, спекуляция на древнем мифологическом пласте сознания.

Квази и псевдомифы заимствуют у своего протагониста магический компонент, ибо в мифе не только повествуется о магии. В языческой, религиозной и контрконфессиональной (оккультной) практиках миф представлял собой либретто ритуала, обоснование его целей, задач и методов. В наше просвещенное время нетрудно обнаружить активное заигрывание с магией и не только в серийных фильмах о ведьмах, вампирах, «Зачарованных», «Бессмертных» и т. п. В светских, на первый взгляд, текстах обнаруживаются магические формулы, скрытое оперирование словами-ярлыками и заклинаниями, «Красота — это обещание счастья»; «Несколько дней пребывание в клинике “ и у вас начинается новая жизнь!» «Подумаем только о себе. Новые лазеры. Время стать красивой». В «караванном» языке не только зашифровано видение мира, здесь задействованы принципы контагиозной и симпатической магии: «подобное вызывает подобное»; действие с предметом осуществляется контакт с его владельцем на расстоянии; часть есть тоже, что целое. Магия основывается на гипнозе — признание за всеми предметами окружающего мира способности быть живыми, а, значит, любить или враждовать, быть послушными или капризными, грустить и радоваться. Их можно организовать в семью, расставить и рассадить по интерьеру, создать настроение, пробудить ассоциации. Следовательно, вещи можно сделать орудиями управления, незаметного, умелого, изысканного и очень эффективного. Послали крышку от кофейной банки — получили кружку (кстати, стоящую дешевле банки) «в подарок». Прибрали за «бешеные» деньги наряд в бутике — вошли в бомонд. Купили журнал — приобщились к красивой жизни. В уголке страниц «Каравана историй» скромно, но крупно обозначено: «искусство жить».

Мифоподобные тексты охотно реанимируют древние мифологические мотивы: герой, сражающийся с чудовищами (в современном варианте: мафией, наркодельцами, коррупированными чиновниками), упорядочивает хаос; обездоленная сиротка дождется Принца; трикстер — плут, ловкач и обманщик — добьется успеха. Разворачиваются коды, разными путями отложившиеся в глубинах нашего сознания: через эпосы, саги, сказки; посредством мифологем, застывших в художественных образах, усилиями всех видов искусства. Все это — тема для особого разговора об окультурении мифологических констант, мы же вернемся к нашему «Каравану».

«Караван историй» — типичное «серийное» произведение, как его понимает постмодерн: разворачивание структуры посредством серии, перераспределения и смены кодов. Через повторы, избыточность и развертывания достигается художественный, идеологический, дидактический, суггестивный и прочие эффекты. Как сложилась система функционирующих здесь культурных кодов (т. е. система конвенций: от национальных до половых) — сфера семиотики, но несомненно, что все это — не фикция, не порождение «массовой культуры» и СМИ. Все, что здесь задействовано, укоренено в массовом сознании и «вылавливается» в необходимом случае профессионалами неомифологического жанра.