

УДК 323.23(450) + 316.334.3 + 316.334.52

**Н. М. Асланова**

## **ПОЛИТИЧЕСКИЕ МИФЫ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН (на примере современной Италии)**

В статье рассматриваются особенности функционирования политических мифов как социокультурного феномена в контексте политической культуры Италии периода Второй республики. На примере деятельности Сильвио Берлускони показано, как историко-культурная специфика региона влияет на содержание политических мифов. Анализируется эффективность политических мифов, основанных на традиционных для национальной культурной картины мира идеалах, ценностях и сакрализации великого прошлого народа, а также определяется их соответствие политическим ожиданиям итальянцев в конце XX — начале XXI в.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** политические мифы; социокультурная специфика; политическая культура Италии; культурология; регионоведение.

Во второй половине XX в. широкое распространение в гуманитарных и социальных исследованиях получил социокультурный подход. Его принципы были разработаны социологом и культурологом П. А. Сорокиным в фундаментальном труде «Человек. Цивилизация. Общество». Согласно взглядам исследователя, индивид в рамках триады «человек — культура — общество» всегда находится под воздействием так называемых «социокультурных сил», формирующих его восприятие окружающего мира [8, 124]. Социокультурные силы представляют собой специфические социальные и историко-культурные нормы и идеалы, которые человек усваивает в процессе воспитания и дальнейшего взаимодействия с другими членами общества [Там же]. Современные культурологи, философы, социологи, политологи стали уделять особое внимание социокультурным корням тех или иных явлений на рубеже XX–XXI вв.

Порожденная глобализацией унификация культурных, экономических, политических процессов вызывала тревогу и не всегда соответствовала ожиданиям общества. Каждый регион или страна — это уникальная «территориально-культурная общность» [7], население которой не готово отказаться от этой уникальности. Даже в условиях глобализации и постоянной межкультурной коммуникации нации продолжают сохранять свою самобытность, приверженность региональным константам и доминантам, уважение к многовековым традициям и обычаям. Осмысление всех аспектов жизни осуществляется через призму социокультурной специфики определенного региона, и политическая сфера не является исключением. Одни и те же политические институты и организации наполняются собственным культурным содержанием в разных регионах. Особенно отчетливо социокультурная составляющая проявляется, когда для конкретных целей

---

АСЛАНОВА Нателла Муслимовна — аспирант кафедры региональных исследований факультета иностранных языков и регионоведения Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова (e-mail: asl.natella93@mail.ru).

© Асланова Н. М., 2019

в социуме используется мифология, в том числе и политическая. Цель настоящей работы — показать, что политический миф — это явление, в первую очередь, культурологическое. Ярким примером становится политическая мифология современной Италии, которая представляет собой сложный социокультурный феномен, вышедший за рамки политической науки.

Актуальность данного вопроса связана с тем, что политическая культура и политические мифы как ее ключевые компоненты сегодня продолжают рассматриваться преимущественно с точки зрения политологии или истории. Однако традиционный политологический подход к изучению политического мифа не объясняет, почему конкретный миф становится популярным и находит отклик в душе избирателя. Социокультурный же подход позволит понять, какие установки, ценности, архетипы начинают работать на подсознательном уровне психики человека как участника политических процессов. Политический миф — это форма сознания, в которой «знание и понимание фактов политики замещается образами, символами, вымыслами, легендами и верой в них» [5, 580]. Для того чтобы говорить о политическом мифе как о социокультурном феномене, следует в целом рассмотреть место мифа в жизни человека. В традиционных обществах мифология выступала в качестве основы мировоззрения: она компенсировала недостаток сведений об окружающем мире, объясняла индивиду происхождение тех или иных природных явлений. С развитием научного знания роль мифов изменилась, однако они не утратили полностью свое значение. Их особое влияние на жизнь людей стало предметом изучения ряда исследователей. Так, философ и культуролог Э. Кассирер отмечал, что индивид существует в «символическом универсуме» [3, 470], неотъемлемой частью которого является миф. Это «носитель» опыта и культуры человечества. Более того, именно через призму мифических представлений (а также через религию, язык и другие элементы универсума) человек воспринимает действительность, взаимодействует с окружающим миром и членами социума. Значение мифов рассматривалось и основоположником аналитической психологии К. Г. Юнгом, который установил тесную связь между мифологией и архетипами как фундаментальными компонентами «коллективного бессознательного». По мнению исследователя, архетипы лежат в основе мифологии [12, 99]. Присутствие в мифах архетипических образов (например, архетипический образ героя) делает человека крайне восприимчивым к мифической реальности, в которой он находит уже знакомый ему на подсознательном уровне культурный смысл.

Как и в случае с мифами в традиционном понимании, мифы политические восполняют недостаток информации в обществе, возникая, как правило, в кризисные периоды [4, 578]. Именно в моменты социально-экономической, политической нестабильности они получают наиболее широкую поддержку со стороны избирателей. Такие традиционные черты мифов, как их сакральный характер, влияние на подсознание индивидов, быстрое и массовое распространение в социуме, активно используются политиками. Политические мифы могут отличаться стабильностью или носить кратковременный характер [10, 60]. Необходимо подчеркнуть, что, с одной стороны, современный политический миф как социокультурное

явление — это результат политического творчества, он создается искусственно, целенаправленно. Миф определяется идеологией партии [10, 56], украшается многочисленными деталями, активно пропагандируется для получения голосов электората. С другой стороны, если политический миф не затрагивает глубинные чувства избирателей, не обращается к механизму коллективного бессознательного, то цель политика не будет достигнута. Именно поэтому создатели мифов должны апеллировать к архетипическим образам, устоявшимся ценностям, моральным и нравственным опорам, ориентироваться на такие сложные и комплексные понятия, как национальные идеалы, стереотипы, национальное самосознание. Нельзя забывать, что, хотя темы политических мифов в разных государствах могут совпадать (например, встречаются мифы о «золотом веке», «заговоре» и т. д.), в каждом регионе они будут функционировать и приниматься населением абсолютно по-разному. Только учитывая особенности региона, приверженность нации тем или иным традициям, политические деятели смогут завоевать симпатии электората.

Примером эффективного воздействия политического мифа как социокультурного явления на массовое сознание можно считать события новейшей истории Италии в переломный момент. В 90-е гг. XX в., скомпрометированная коррупцией, журналистскими разоблачениями связей власти и организованной преступности [2, 158], Первая республика прекратила свое существование. Началось полное политическое обновление страны. Новой Второй республике понадобилась новая политическая элита, новые лидеры, новые приемы борьбы за избирателя и новые политические мифы. В этот кризисный для страны период феноменального успеха смог добиться Сильвио Берлускони, которого с уверенностью можно назвать мастером политической мифологии. Лидер партии «Вперед, Италия», пришедший к власти в 1994 г., достаточно быстро сумел ввести в оборот значительное количество политических мифов, основанных на социокультурной специфике Италии и получивших отклик со стороны граждан.

Одним из наиболее распространенных в политической пропаганде Берлускони стал миф о «золотом веке», корни которого уходят в античность. «Золотой век» — это время всеобщего благоденствия, мира, свободы и изобилия, утраченных в процессе исторического развития человечества. Первоначально миф о «золотом веке» был направлен в прошлое, рассматривался как «движение назад», к эпохе абсолютного счастья [11, 71]. Сегодня понятие «золотой век» переживает значительную трансформацию, но вера в восстановление былой свободы и благополучия сохраняется в коллективном бессознательном [12, 87], что делает общество крайне восприимчивым к мифу. В стремлении привлечь как можно больше сторонников Берлускони акцентировал внимание на общечеловеческих, почти сакральных, неоспоримых ценностях. Политик обещал итальянцам, что в будущем «на месте классовой ненависти возникнут великодушие, преданность, солидарность, любовь к труду, толерантность и уважение к жизни» [16]. В то же время, пытаясь адаптировать свою политическую программу к итальянским реалиям, Берлускони в специально созданной «Хартии ценностей» призывал вспомнить и о традиционных для нации семейных ценностях, идеях свободы и демократии [15]. «Золотой век»

в мифологии политика не был абстрактным, отвлеченным понятием, а, напротив, был тесно связан с социокультурной спецификой Италии. Идеалы свободы, демократии, семьи составляют аксиологическую основу итальянской нации. Еще в XV в. в работах гуманистов М. Пальмиери, А. Ринуччини, Л. Бруни свобода рассматривалась как высшее благо и неотъемлемая часть жизни граждан [9]. Роль семьи также анализировалась итальянскими мыслителями: гуманист Л. Альберти связывал процветание государства с вниманием к семейным ценностям [1, 11]. Значение семьи получило отражение и в итальянском фольклоре, литературе: семейные узы здесь провозглашаются незыблемой ценностью. Сегодня семья по-прежнему воспринимается итальянцами как своеобразная «защита» от любого внешнего вторжения [13, 258] и остается одной из ключевых региональных доминант.

В соответствии с идеалами национальной картины мира Берлускони конструировал и образ «героя», часто встречающийся в мифе о «золотом веке» [11, 136]. Длительный период раздробленности (до 1861 г.) не позволил итальянцам установить тесную связь с государственным аппаратом, а политические скандалы 1990-х гг. только усилили напряжение в отношениях с властью. Как следствие, «героем» для граждан мог стать только обычный итальянец, разделявший обычаи и ценности, надежды и мечты нации. Именно такую роль с самого начала своей политической карьеры принял на себя Берлускони [16]. Противопоставляя себя дистанцированным от интересов народа чиновникам Первой республики, политик не боялся устанавливать личный контакт с избирателями, откровенно заявляя: «Италия — это страна, которую я люблю. Здесь мои корни, мои надежды и мои горизонты» [16]. Берлускони сознательно подчеркивал свою нерушимую связь с Италией, преданность ее ценностям, культуре, понимая, что политический миф начнет действовать только в том случае, если он будет соответствовать многовековой историко-культурной специфике нации.

Миф о «золотом веке» с его привычными для нации ценностями хорошо воспринимался консервативными итальянцами, но в нем не хватало мотивации для обновления страны. Требовался еще один миф, который исполнил бы роль своеобразного «рычага», приводящего в движение всю общественно-политическую систему Италии, но и он должен был быть вписан в социокультурный контекст региона. Именно поэтому для обоснования нового политического курса Берлускони апеллировал к мифу о чемпионе, победителе, в роли которого выступала сама нация. Политик предпочел не обращаться к формальным статистическим данным и экономическим показателям. Более эффективными с точки зрения влияния на электорат стали призывы, затрагивающие тему национальной идентичности и самосознания. Политик неоднократно напоминал согражданам, что итальянцы — нация, известная своей «волей и упрямством, готовностью принимать вызовы и совершать новые открытия» [17]. Обращаясь к богатому историческому и культурному наследию, политик создавал в общественном сознании образ сильной, единой Италии, готовой вновь заявить о себе на мировой арене. Великие страницы истории страны (например, период Рисорджименто) позволяли ему говорить о славном революционном прошлом нации, способности

к консолидации, решительной борьбе за свои права и свободу, воспоминания о которых живут в душе итальянцев [6, 69].

Социокультурная специфика присутствовала и в названии партии «Вперед, Италия». Итальянцы как истинные футбольные болельщики скандировали этот лозунг в поддержку национальной сборной. Владелец футбольного клуба «Милан», Берлускони как никто другой осознавал, что яркое, интуитивно близкое итальянцам название не только создавало ассоциации с главным национальным видом спорта, любовь к которому уже стала частью культуры страны, но и приобретало в политическом дискурсе консолидирующий смысл. Партия «Вперед, Италия» обращалась ко всей нации, оставляя в стороне региональные и социальные различия. Она призывала итальянцев вспомнить о единстве, великом прошлом, общем культурном наследии. Созданию образа нации-победителя, готовой «пробудиться» для достижения поставленных целей, способствовало и употребление знакомой народу спортивной и военной лексики («выход на поле», «гражданская война», «политические игры», «противники» и т. д.) [14]. Вспоминая прошлые достижения в разных областях, Берлускони заставлял избирателей поверить в особую роль Италии и итальянцев, для которых нет невыполнимых задач. В качестве примера яркой победы Берлускони приводил экономическое чудо 1960–1970-х гг., призывая электорат вместе создать «новое итальянское чудо» [16]. Апеллируя к ключевым страницам истории страны и особенностям национального характера, политик демонстрировал, что с партией «Вперед, Италия» итальянцы, обладающие огромным потенциалом, смогут добиться в будущем невероятных успехов.

Политическая мифология Берлускони была бы незавершенной без наличия антагонистов, в роли которых выступали партии-противники. Их появление в мифах Берлускони должно было положительно отразиться на образе самого политика, представить его в глазах итальянцев с лучшей стороны. Используя контрастные образы и противопоставления в соответствии с психологической моделью «мы – они», Берлускони старался убедить нацию в существовании единственной достойной партии на политической арене. Здесь мифология Берлускони была вновь ориентирована на социокультурную составляющую. Освещая детали своей биографии, политик говорил об общем историко-культурном опыте нации, современных социальных проблемах и тем самым создавал иллюзию близости с народом, подчеркивал духовное единство с итальянцами. «Вперед, Италия» позиционировалась как динамичная, готовая к изменениям партия, для которой фундаментальными оставались национальные ценности и идентичность [15]. Напротив, партии левого крыла, «их менталитет, их культура, самые искренние убеждения» [16] не имели ничего общего с национальной картиной мира. Берлускони обвинял конкурентов в безразличии к интересам нации, ее дальнейшей судьбе. Если целью партии «Вперед, Италия» было достижение благополучия страны, то политические конкуренты изображались Берлускони как враждебные силы, препятствующие возрождению государства. Создавая в общественном сознании устойчивую связь между партиями левого крыла и дискредитировавшим себя государственным аппаратом Первой республики, политик настраивал нацию

против других политических игроков. Важным для понимания политической мифологии Берлускони остается тот факт, что в борьбе против политических противников он, в первую очередь, обращал внимание электората на несоответствие их идеологии социокультурным доминантам итальянского региона, общенациональным стремлениям и желаниям, в то время как партия «Вперед, Италия» вставала на одну сторону с итальянцами в движении за лучшее будущее для страны.

В заключение следует отметить, что политические мифы представляют собой один из наиболее важных элементов политической культуры страны, значение которого усиливается в кризисные моменты жизни общества. На рубеже XX–XXI вв. актуальность политических мифов в Италии возросла. Разочаровавшиеся в политических лидерах Первой республики итальянцы нуждались в свежих идеях и ярких вождях, способных вывести страну из кризиса. На примере политической деятельности Сильвио Берлускони мы продемонстрировали механизм использования обновленных политических мифов во Второй республике и их связь с социокультурными реалиями Италии. Можно с уверенностью говорить о том, что политические мифы способны оказать влияние на массовое сознание только в том случае, если они соответствуют культурно-историческому опыту народа, региональной специфике страны. Мифы, которые опираются на значимые для нации идеалы, ценности, установки, сложившиеся стереотипы, способны запустить в действие механизм бессознательного и впоследствии оказываются крайне эффективными в вопросе воздействия на электорат. Напротив, если мифы не основаны на реалиях, традициях региона, недооценивают важность социокультурных аспектов, не затрагивают область подсознательного и чувства нации, то их использование не принесет политику желаемых результатов. Необходимо также подчеркнуть, что обращение даже к успешным политическим мифам может иметь и негативные последствия. Мифы порождают у нации завышенные ожидания и веру в быстрое и заметное улучшение ситуации в стране. Однако когда ожидаемое кардинальное улучшение не наступает, приходит глубокое разочарование в самом политике и в его деятельности. Привлекательная социокультурная составляющая отходит на второй план, и механизм функционирования мифа останавливается, перестает оправдывать решения политика. И подтверждением этого является политическая карьера Сильвио Берлускони, который сначала превратился в признанного национального лидера и с помощью мифологии заставил итальянцев поверить в возможность создания новой, сильной Италии, основанной на традициях и ценностях, но впоследствии был подвергнут резкой критике и уголовному преследованию.

---

1. Альберти Л. Б. О семье. М., 2008.

2. Зонова Т. В. Партийная система Италии // Актуальные вопросы Европы. М., 2018. № 2. С. 156–176.

3. Кассирер Э. Избранное. Опыт о человеке. М., 1988.

4. Кассирер Э. Техника современных политических мифов // Политология : хрестоматия / сост. проф. М. А. Василик, доц. М. С. Вершинин. М., 2000. С. 576–586.

5. *Кравченко И. И.* Миф политический // Новая философская энциклопедия : в 4 т. / гл. ред. В. С. Стёпин. М., 2001. Т. 2. С. 580–581.
6. *Любин В. П.* Политическая и историческая культура: перемены последнего двадцатилетия // На перекрестке Средиземноморья. «Итальянский сапог» перед вызовами XXI века / Т. В. Зонова, В. П. Любин, О. Н. Барабанов и др. ; отв. ред. Т. В. Зонова. М., 2012. С. 69–83.
7. *Павловский И. В.* Регионоведение в контексте общегуманитарного образования [Электронный ресурс] // Россия и Запад: диалог культур. 2012. №1. URL: <http://regionalstudies.ru/journal/homejournal/rubric/2012-11-02-22-03-27/170--l-r-.pdf> (дата обращения: 19.05.2019).
8. *Сорокин П. А.* Человек. Цивилизация. Общество. М., 1992.
9. Сочинения итальянских гуманистов эпохи Возрождения (XV век) / под ред. Л. М. Брагиной. М., 1985.
10. *Цуладзе А. М.* Политическая мифология. М., 2003.
11. *Чернышов Ю. Г.* Древний Рим: мечта о золотом веке. М., 2013.
12. *Юнг К. Г.* Архетип и символ. М., 1991.
13. *Barzini L.* Gli italiani. Virtù e vizi di un popolo. Bergamo, 2008.
14. Berlusconi: da 10 anni siamo il partito più votato [Electronic resource] // Corriere della Sera. 2004. 24 Jan. URL: [http://www.corriere.it/Primo\\_Piano/Politica/2004/01\\_Gennaio/24/forza\\_italia.shtml](http://www.corriere.it/Primo_Piano/Politica/2004/01_Gennaio/24/forza_italia.shtml) (accessed: 20.02.2019).
15. Carta dei valori [Electronic resource] // Forza Italia. URL: <http://forzaitalia.it/speciali/cartadeivalori.pdf> (accessed: 16.01.2019).
16. L'Italia è il paese che amo [Electronic resource] // La Repubblica. 2004. 22 Jan. URL: <http://www.repubblica.it/2004/a/sezioni/politica/festaforza/discesa/discesa.html> (accessed: 04.01.2019).
17. *Palombelli B.* Italia, ti cambio io [Electronic resource] // La Repubblica. 1994. 17 May. URL: <https://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/1994/05/17/italia-ti-cambio-io.html> (accessed: 20.01.2019).

*Статья поступила в редакцию 08.07.2019 г.*