

ТРАНСЛЯЦИЯ ФОРМ НАРОДНОЙ РЕЛИГИОЗНОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫМИ ПЕЧАТНЫМИ СМИ

© 2006 И.В. Цуканова

Белгородский государственный университет

В последние десятилетия в мировом масштабе наблюдается мощный подъем мифологических пластов сознания, имеющий ряд определенных причин, ведущей из которых можно назвать реакцию на рационализм, провоцирующую повышенный интерес к сфере чудесного и магического. Бурная ремифологизация сознания происходит в условиях расцвета массовой культуры, которая многократно усиливает означенные тенденции. Дело в том, что основными чертами масскульта, помимо изначальной ориентированности на продажу и предельной приближенности к элементарным потребностям человека, является также «ориентированность на природную, инстинктивную чувственность, примитивную эмоциональность и упрощенность» [1, 6], что еще в большей степени способствует погружению «массового человека» в мир грез, фантазий и волшебства.

В связи с этим в разных областях гуманитарной науки усиливается интерес к феномену народной религиозности, проблема которой была обозначена в трудах таких ученых как М. Вебер, Л. Карсавин, Г. Федотов, И. Яблоков, А. Гуревич, Ю. Арнаутова и др. Не смотря на отсутствие единой интерпретации исследуемого объекта, большинство из названных авторов сходятся на том, что народная религиозность имеет непосредственное отношение к мифологическому мышлению, основными характеристиками которого являются: нерасчлененность субъекта и объекта, части и целого, неразличение реальности и измененных состояний сознания, аффективность и т. д. Иными словами, народная религиозность — это особое свойство, состояние мифо-религиозного сознания, как индивидуального, так и коллективного, порожденное мифом как смыслообразующей и формообразующей основой. Данный феномен возникает примерно на стадии трансформации мифа в архаические формы религии в качестве своеобразной реакции на развивающуюся рациональность.

На сегодняшний день массовый иррационализм находит воплощение в различных областях духовного производства. Особенно интенсивно данная тематика эксплуатируется СМИ, методично внедряющими весь этот «окультизм» в сознание массового зрителя, читателя, слушателя, охотно отвечая на «вызовы времени».

Доперестроечная печать, как общероссийская, так и региональная достаточно скептически относилась к подобного рода тематике. Волна мистицизма обозначилась уже в ходе перестройки и, прежде всего во всероссийских печатных СМИ. Она приобрела форму квазинаучной мифологии и прошла в своем развитии несколько этапов, тематический анализ которых представлен в трудах В. Найдыша. Ученый выделил первичную (классическую) квазинаучную триаду: лохнесское чудовище, снежный человек и Бермудский треугольник. К мифологемам второго поколения относятся НЛО, полтергейст, левитация, реинкарнация (жизнь после смерти) [2, 8].

Таким образом, картина форм выражения народной религиозности в общероссийской печати выглядит достаточно рельефно. Что же касается исследований региональной печати на предмет наличия и специфики оккультно-магической тематики, то вопрос этот в научной литературе достаточно нов.

Целью данного исследования является анализ содержания региональных печатных СМИ (как артефактов массовой печатной культуры) на предмет отражения в них различных форм народной религиозности. Интерес представляет динамика роста подобного типа информации, манера подачи, характерные черты изложения материала.

В качестве объекта исследования из всей системы СМИ России, нами были выбраны образцы региональной печати, издаваемой в период с конца 1994 по 2000 гг. Данный отрезок времени является, на наш взгляд, наиболее показательным. Дело в том, что начало 1990-х годов совпа-

ло с политическим, экономическим и культурным кризисом в стране. В связи с этим, большинство населения “просто отшатнулось от прессы [3, 36]”. Но ближе к середине 90-х ситуация начинает стабилизироваться, и периодическая печать данного периода наглядно отражает интересы аудитории.

Применительно к данной теме, очень важным является факт массового перехода в обозначенный период от подписки к рознице. Теоретиками журналистики отмечено, что “снижение регулярности – один из основных факторов, повлиявших на тип информации, распространяемой в периодических печатных изданиях.... Он сместился от преимущественно хроникальных, новостных – к слабо зависящим от времени аналитическим ... или “неувядающим” публикациям о чудесном, “земном” во всех его проявлениях, или к “житийным” публикациям” [3, 41].

Исследователями также отмечено, что многократное удорожание центральных газет в первой половине 90-х определило выбор значительной части аудитории в пользу областных, районных и городских газет [3,43], которые, традиционно предоставляли читателям информацию о событиях родного региона. Интересно, что на выбор между центральными и местными газетами большое влияние оказывал уровень образования аудитории. Контингент читателей с высшим образованием отдавал предпочтение центральной прессе, а с образованием ниже среднего – местной прессе [3, 46].

Город Старый Оскол, образцы периодической печати которого предстоит проанализировать, является одним из районных центров Белгородской области и представляет собой крупный промышленный центр с населением около 250 000 человек, основная масса которого работает в сфере металлургической и горнодобывающей промышленности. Из массива городской печати указанного периода особый интерес вызвали такие издания как “Зори” и их дочернее предприятие – еженедельник “Вечерний Оскол”. Тематика, общая направленность публикаций газет в целом соответствует изданиям, ориентированным на массового читателя, т. е. информационно-развлекательному с элементами рекламной прессы. Обзор городских событий, криминал, рекламные блоки и, конечно же, широкий спектр тематики “чудесного, магического”.

В процессе отбора материала с целью его дальнейшего анализа стало очевидным, что весь интересующий нас массив разбивается на несколько хорошо просматриваемых типов.

Тип первый: “*Авторское мистическое целительство*”. Приведем примеры¹. В номере от 17 декабря 1994 года в рекламном материале “Кто с

господом в душе и с мукой в сердце, приди ко мне!” провидица Люба предлагает безвозмездно избавиться от запоя, повысит умственную активность, избавит от порчи и сглаза, зарядит воду и кремы. Для большей убедительности редакция поместила фотографию Любы с руками, выставленными в магическом жесте. Дополнительно сообщается, что не будет никаких массовых сеансов, никакого насилия над психикой.

Газета “Зори” от 3 декабря 1994 года на с. 2 поместила рекламный материал о “выдающемся враче, фитотерапевте, равных которому нет ни на родине не за рубежом, имя которого на устах миллионов” Игоре Вселенском (фамилия говорит о многом), который священными молитвами и травами снимает порчу, сглаз, проклятье всего за 70 000 рублей (оплата перед сеансом). В наличие было фото, на котором изображен мужчина неопределенного возраста со всеми внешними атрибутами классического восточного мага в черной одежде, застывший в многозначительном магическом жесте.

В номере от 10 декабря “Зори” поместили объявление без фото о заочном лечении хронического алкоголизма по фотографии, проводящееся впервые в Старом Осколе главным психотерапевтом г. Харькова Сапруном Игорем Петровичем. Рядом (без фото) размещен еще один рекламный материал о народной целительнице Остапенко Светлане, которая в течение 8 дней “по многочисленным просьбам” проводит лечебно оздоровительные сеансы.

Таким образом, мы видим, что выделенный нами тип мистического авторского целительства в образцах городской прессы представлен достаточно ярко и регулярно. Материал (как правило, рекламный) сопровождается фотоизображением целителя в стилизованной одежде в диапазоне от типично восточного мага в черном к женщине в русской шали. Материалы размещаются на первых страницах и занимают достаточно большую площадь (кстати сказать, весьма выгодную). Специфической чертой материалов данного типа является указание имен, фамилий, регалий – т. е. сообщение каких-либо личные данные. Манера подачи материала отличается явным мистическим колоритом.

Тип второй: “*Магия для многих*”. В рамках данной совокупности можно выделить два подтипа. Первый – “*Магический ликбез и мастер-классы*”.

На протяжении нескольких месяцев 1995 – 1996 гг. “Вечерний Оскол” вел постоянную рубрику “Предсказатель”. Некто Предсказатель, судя по контексту, местный маг в течение длительного времени доходчиво разъяснял старооскольцам механизм концентрации различных

энергий в области солнечного сплетения, привел наивно-живописные примеры превратностей человеческой судьбы, открывал народу различные заговоры: от сглаза, на богатство и т. д. Материалы имели различный объем — от полосы — до ее трети, размещены они были, как правило, на 4-й или 5-й страницах, выходили регулярно.

“Вечерка” от 13 октября 1995 года, рядом с мастер-классом Предсказателя поместила перепечатку из “Мегаполис — Экспресс” под названием “Научитель жить со всякой нечистью”, в которой некая Мария Ивановна убеждала народ не паниковать при столкновениями со сферой сверхъестественного, а предлагала реальные советы по стабилизации ситуации и установлению контактов с “лешими”.

6 декабря 1996 года на 4-й полосе “Вечерний Оскол” торжественно объявил населению об открытии салона надежд и предсказаний “Белая магия” с семичасовым рабочим днем и постоянной локализацией в ДК “Комсомолец”. Рекламные объявления о работе данного салона размещались на страницах еженедельника в течение нескольких месяцев.

1 января 1997 года с анонсом на первой и развернутым материалом на 3-й полосе с земляками-оскольчанами делилась опытом и душевными переживаниями “за жисть” “одна излучших учениц Ю. Лонго”, закончившая курсы Ассоциации “Орден колдунов” дипломированная колдунья Лена, несколько фотографий которой были помещены здесь же на полосе.

На протяжении практически всего 1998 года “Вечерний Оскол” вел рубрику “Исповедь колдуньи”, в рамках которой, столичная дива регулярно, как правило, на треть полосы, методом описания субъективных мистических переживаний, ностальгировала по прошлому.

Перечень примеров мог бы быть продолжен.

Второй подтип можно озаглавить как “*Магия природы (промышленности) для народа*”. Материалы, принадлежащие к данной совокупности отличаются доступностью изложения и носят рекламный характер. Например, 17 сентября 1999 года “Вечерний Оскол” в рекламном материале под названием “Таинственный диск, спасающий жизнь и сохраняющий здоровье” расписывал чудесные достоинства биоэнергетического прибора СКАНЭР. Метод лечения прост — достаточно приложить на больное место. Диск, способствует нормализации энергоинформационного обмена, корректирует биополе, способствует рассасыванию нежелательной беременности, используется против сглаза.

Примером магии природы для многих является “Вечеркин” рекламный материал от 10 де-

кабря 1999 под кодовым название “Лесной лекарь”, позиционирующий украшение из специфических пород деревьев, которые при постоянной носке регулируют энергетику, способствуют восстановлению семейного микроклимата, продвижению по службе и т. д. Авторы рекламного материала дают ссылки на оккультную литературу.

Таким образом, отличительными чертами материалов данного типа является доступность и наивность изложения с одной стороны, наличие специфики региональной прессы при подаче материала, использование жанра портретного очерка, столь любимого жителями провинциальных городов. С другой стороны, материалы изобилуют специфической оккультной лексикой: биополе, карма, аура, энергоинформационный обмен, заговор, установка и т. п. Представления о персонажах народной демонологии, упоминаемые “целителями” не соответствуют традиционно фольклорным, их образы эклектичны.

Материалы, относящиеся к третьему типу можно квалифицировать как “*Астрология*”. Самый яркий пример — гороскопы, которые являются атрибутом “Вечерки” на протяжении нескольких лет, располагаясь, как правило, на последней полосе. Достаточно редким за указанный период является ссылка на прогнозы известных магов и колдунов всероссийского масштаба. То же издание 28 января 1995 года поместило заметку на первой полосе, в тексте которой Юрий Лонго обещал читателям, что “в год Свиньи Россия успокоится”. Интересно отметить, если всероссийская пресса приводит развернутые интервью с известными астрологами — авторами прогнозов и гороскопов на тот или иной период, то специфика региональной прессы (на примере “Вечерки”) в том, что провинциальный гороскоп, как правило, не имеет автора.

Проанализированный материал не ограничивается только тремя перечисленными типами: *квазинаучные оккультно-эзотерические представления* (астрология), *феномены народного и авторского мистического целительства* (наличие рекламной информации, касающейся экстрасенсорной и т. п. практики), информацией суверенно-магического комплекса народных верований, т. е. “*магия для многих*”. Перечень материалов, опубликованных исследуемыми изданиями за период 1994–2000 год гораздо богаче. Встречаются как образцы, сочетающие в себе характерные черты разных типов, так и не поддающиеся никакой типологизации вследствие нерегулярности появления в печати. Очевидно одно: региональные СМИ не остались в стороне от мировых веяний; пусть с опозданием, но влились в процесс массовой мистификации.

Что касается трансформации тематики и манеры изложения с точки зрения временного фактора, можно отметить следующую тенденцию. Откровенно мистические рекламные объявления первого типа (авторское мистическое целительство), сопровождаемые стилизованным фото преобладают в конце 1994 – 1995 гг. Потом они постепенно заменяются анонимными (без указания выходных данных целителя), либо публикуются с указанием номеров лицензий на данного рода деятельность; стиль подачи материала становится более сдержанным и лаконичным.

В целом же, газета не отказывается от провокаций на исследуемую тематику на протяжении всего периода 1994 – 2000. Так, в “Вечерке” от 29 октября 2000 года коллектив редакции предлагает открытую полемику по проблеме “существует ли заботливый Творец?” отнюдь не в христианском контексте.

В целом же, на протяжении 1994 – 2000 годов количество публикаций исследуемого профиля постепенно уменьшалось, а на православную тематику – увеличивалось. Возможно, данная динамика связана с образованием в 1995 году Белгородско-Старооскольской епархии и деятельностью ее специализированных институтов. Этот вопрос требует дополнительного исследования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Массовая культура: Учебное пособие / Под ред. К. З. Акопян. – М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2004. – 304 с.

2. Найдыш В. М. Философия мифологии. От античности до эпохи романтизма / В. М. Найдыш. – М.: Гардарики, 2002. – 554 с.

3. Система средств массовой информации России: Учебное пособие для вузов / Под ред. Я. Н. Засурского. – М.: Аспект-Пресс, 2001. – 259 с.

Рецензент – Р. В. Жолудь.