

Вознесенська О.Л. Політична міфологія як засіб пізнання та усвідомлення соціально-політичної реальності / Вознесенська О. Л. ; Освіта як фактор національної безпеки/ Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, 20 грудня 2002 р. – К.: Видавництво Академії муніципального управління, 2003. – С. 333-342. *Стаття в авторській редакції*

Політична міфологія як засіб пізнання та усвідомлення соціально-політичної реальності

Вознесенська О.Л.

На сьогоднішній день існує безліч різних підходів до визначення міфів та до їхнього вивчення. У повсякденній свідомості міф – це насамперед стародавні “казки” про створення світу та людини, розповіді про діяння богів та героїв.

Якщо міфи створювалися в доісторичнім періоді розвитку людської культури, цивілізації, то перші спроби тлумачення міфів з'явилися на самому початку виникнення древньогрецької філософії. У сучасній науці багато вчених схиляються до думки, що джерелом та передумовою виникнення міфів є потреба людей в усвідомленні навколишнього природного та соціального життя та сутності людини. Міф постає перед дослідником як форма пізнання й осмислення людиною світу і самого себе, розуміння природи, суспільства, людини.

За К.Г.Юнгом, міф – це природний і необхідний рівень між несвідомим та свідомим мислення. Якщо мова йдеться про вивчення міфу, він не є прямий вираз реальності, не пояснення, що слугує для задоволення наукового інтересу, він “відтворення первозданної реальності, що покликане задовольнити глибокі релігійні потреби, моральні сподівання, соціальні обов'язки, домагання і навіть практичні потреби”, яке виражене у формі історії, розповіді [1, с. 261]. Міф виконує в первісній культурі необхідну функцію виразу, зміцнення та легітимізації вірування, він охороняє та підтримує мораль, він забезпечує ефективність ритуалу й містить у собі практичні правила, якими керується людина у своєму житті, тобто міф є життєво важливим компонентом розвитку людської цивілізації.

З психологічної точки зору створення символу або міфологічний спосіб пізнання світу часто вважається регресивним явищем, зниженням на певний рівень мислення до образів. “... У повноцінної культурної людини воно ясно виражається при тих виняткових станах, при яких свідоме пристосування до реальності або почасти обмежено, як у релігійному або художньому екстазі, або цілком зникнуло, як у сновидінні або при психічних порушеннях. Цьому психологічному розумінню відповідає і культурно-історична первинна функція ототожнення, що лежить в основі символізації як засобу до пристосування до реальності... Символіка є несвідомим залишком тих, що стали непотрібними, примітивних та зайвих засобів пристосування до реальності, архівною коморою культури, у якій доросла людина охоче рятується втечею в стані зниженої здатності до пристосування” [8, с. 43].

Ця архаїчна та регресивна форма пізнання світу при виникненні певних умов використовується також сучасною людиною. Життя й в наші дні насичене міфологічними символами, змістами, знаками, міфологічною мовою. Отже, ми вважаємо обмеженим ставлення до міфу лише як до архаїчного пережитку свідомості: міф, як підкреслюють багато дослідників, “є необхідною категорією думки та життя, актуальною і для сьогодення, необхідною категорією свідомості та буття” [6, с. 104].

Одна з сфер існування міфів – це соціально-політична реальність, де сучасна людина частіше за все повертається до міфів як засобу пізнання та усвідомлення навколишнього світу. Це відбувається тому, що інтелектуально-поняттєвий або науковий спосіб пізнання світу не завжди актуальний у сучасній соціально-політичній реальності, оскільки ця реальність характеризується високим рівнем дефіциту інформації. Більшість виборців не аналізує політичну інформацію з погляду її відповідності власним інтересам: вони сприймають лише загальну спрямованість повідомлення, як правило, лише “верхній шар інформації”, і при цьому підкоряють її своїй логіці, своїм уявленням про те, що намагається повідомити йому текст. “Дуже часто виборець й зовсім не сприймає послання політичного кандидата, а будує його образ по “осколках” інфор-

мації, які він сприймає на емоційно-почуттєвому рівні. Цей рівень сприймання політичних об'єктів є можливо більш важливим, чим понятійний” [3, с. 18]. Таким чином, політичні тексти не можуть безпосередньо впливати на електоральний вибір. Залежність від почуттєвих вражень у більшості випадків робить *політичний вибір* конкретного виборця *інтуїтивним, малоусвідомлюваним та ірраціональним*. Таким чином, інтуїтивно-почуттєві механізми вибору існують поряд із раціональними, заснованими на інтелектуально-поняттєвому знанні.

Розглянемо серед інтуїтивних-почуттєвих механізмів вибору той, що заснований на міфологічному способі пізнання світу та відповідної цьому способу стадії розвитку політичної свідомості.

Очевидно, що з доісторичних часів міф є “сутнісно необхідний елемент у всіх зводах моральних законів. Основа моральних кодексів виводилася з міфології” [1, с. 15]. Він був основою держави, мав функцію провідника моральних основ. Міф призначений для ствердження певних соціальних норм, для ретроспективної демонстрації моделей поведінки та для обґрунтування певних норм. “Як ретроспекція моделей поведінки та критеріїв моральних цінностей через опис прецеденту міф стверджує дійсний соціальний порядок та віру. Він виконує таким чином функцію, пов’язану з підтримкою традицій та неперервності культури, з формуванням культурно опосередкованого сприйняття соціальних феноменів та історичного минулого” [6, с. 104].

Е.Дюркгейм ще на початку ХХ століття викладав ідеї про те, що міф – це продукт саме політичної свідомості, загального джерела спадкової пам'яті та загальних для усіх людей конкретної культурно-історичної спільності образів та уявлень [1]. І сьогодні багато дослідників відзначає, що міф “був та залишається основою моралі, державності та національної самосвідомості” [1, с. 14]. У ситуаціях кризи традиційних суспільних структур та ідеологій, яка суб'єктивно сприймається як руйнування звичної системи цінностей та моделей поведінки, людина, не зумівши знайти опори для логічного аналізу та розуміння того, що відбувається, витягає зі своїх глибин іншу архаїчну логіку.

З народами та країнами дуже часто відбуваються події, у результаті яких валяться звичні моделі поведінки, а люди дуже рідко можуть знайти належну точку опори для логічного аналізу та розуміння того, що відбувається. Крім того, логічне розуміння причин та взаємозв'язків подій нерідко паралізує активну діяльність. **Політична міфологія** насамперед покликана **зняти психологічний дискомфорт**, незважаючи на те, що в ній події зайво драматизуються. У політичній міфології різко знижується рівень суб'єктивної невизначеності, що неможливо зробити за допомогою логічного аналізу. Тільки позбувшись відчуття небезпеки, люди здатні діяти. “В епохи високої, спазматичної політичної активності, присутність міфу глибоко визначає стан суспільної та індивідуальної свідомості, особливо сильними стають сплески міфотворчості в кризові періоди історичних змін – на межі воєн, революцій, реформ [6, с. 106].

Що б з народом не відбувалося, світ не валиться, а для того, щоб народові вижити, важлива не скільки його здатність аналізувати реальність, скільки його здатність її оптимізувати, тобто, формувати світ за допомогою певного перекручування та певної вибірковості в сприйманні зовнішньої інформації, по можливості найбільше зручним для себе способом.

Таким чином, одна з функцій політичної міфології, як ми її розуміємо, – це раціоналізація конструктивних політичних сил як арени дії. Тому присутнє в багатьох роботах тлумачення політичної міфології зі знаком “мінус”, на наш погляд, варто вважати спрощеним.

Ми розглядаємо політичну реальність під специфічним ракурсом, таким, при якому відбувається адаптація сприймання подій та процесів зовнішнього світу до певного культурно заданого сприймання, що знімає надмірний рівень психологічної напруги, що завжди виникає при зіткненні з реальністю. Політичний міф – свого роду компенсаторний механізм, проективна система, що дозволяє пристосовуватися до конфліктності та суперечливості політичної реальності, незважаючи на її перекручування та спрощення.

Раціоналізація такого роду завжди містить у собі деякі елементи домислу. У даному випадку зв'язаність та логічність міфологеми важливіше, чим її бук-

вальна відповідність реальності. Людина вірить цьому колективному досвіду культури та переживає його як істину. Тому міфи, якими би вони не здавалися нереальними для стороннього спостерігача, є природними для своїх носіїв [5]. І, підкреслимо це ще раз, політична міфологія – це частина сучасної культури, або, точніше сказати, культур різних народів.

Отже, ми визначили політичну міфологію як механізм психологічної адаптації до політичної реальності. У цьому сенсі вона є фрагментом етнічної картини світу та не є продуктом усвідомленої діяльності людини. У її основі – не-свідома фільтрація та систематизація зовнішнього досвіду, їх перетворення в систему позитивних соціальних цінностей.

Ще один феномен має відношення до “політичної міфології”. Мова йде про *легенду, історію народу*, що була вигадана свідомо, має конкретних авторів, що знамениті або безвісні, і яка визначає ставлення народу до сучасності, насамперед – до політичної сфери. Цей свідомо (або, може бути, напівсвідомо) створений міф, що самий згодом піддається переструктуруванню – елемент у системі психологічної адаптації народу до зовнішньої реальності. Цей міф відбиває в першу чергу зовнішню політику, суть якої можливо витлумачити як комплекс уявлень про принципи взаємодії зі світом, способи самореалізації та збереження своєї суб’єктності при несприятливих зовнішніх умовах. Внутрішня політика – вторинна, похідна від зовнішньої. Цю серію політичних міфів можливо віднести до міфів космогонічних, що у міфології древніх пояснюють походження світу та всесвіту. Сприймання та використання цих міфів належить до сучасного способу міфологічного усвідомлення соціально-політичної реальності в контексті стосунків з іншими державами.

Міфи про націю, національну ідею, національне призначення є одними з найбільш розповсюджених міфів, і вони зачіпають справжні міфи, *формують національну та історичну самосвідомість* [9]. Загальна міфологічна історія дає націям єдність, як і спільна мова, й спільна культура. В державах, особливо з різноманітним етнічним складом, міф виконує роль “соціальної склейки”. Громадські міфи структурують основу для утворення держави та забезпечують

повноваження уряду, та таким чином об'єднують всіх громадян за допомогою спільного символізму. Так, наприклад, американський громадський міф складається з безлічі символів: прапор, статуя свободи. Символом США є й орел, як українським – тризубець. Історія України подана в національній валюті образами Ярослава Мудрого, Богдана Хмельницького, Івана Мазепи та іншими значними історичними діячами, а також історичними пам'ятниками – Софією Київською, Києво-Печерський лаврою, тощо.

Кожна *політична група* також створює свій *власний міф* або свою історію з більшим або меншим усвідомленням цього процесу. “Перевага групи над індивідуальною частиною наділяє її всіма чортами архетипу. Вона володіє переважаючою силою, має духовний характер та лідерство, є нумінозною...” [7, с. 428]. Так у передвиборній кампанії березня 2002 року до історії та міфологічної свідомості була звернена політична реклама партії “Єдина Україна”. Творці реклами звернулися до значних історичних особистостей, чиї портретні зображення та вислови й були подані в рекламі: “За правду, браття, **єднаємося** щиро, **єдиний** маємо правий шлях”(Л.Українка); “У **єдності** наша сила” (М.Грушевський); “І всім нам на землі **єдиномисліє** пішли та братолюбіє подай” (Т.Г.Шевченко, виділення – авторів реклами). У такий спосіб за допомогою звернення до міфологічної свідомості вводилася ідея політичного вибору цієї партії.

Так само за допомогою різних символів відбувається міфологізація самого образу політичної групи для її членів. Керівники групи “намагаються зробити історичними початкові переживання, на яких була заснована група,... і демонструють свою сталість за допомогою зборів, мітингів, протоколів, журналів засідань” [7, с. 428], а також різних ритуалів та знакових систем, наприклад, певних елементів в одязі її членів. Таким чином відбувається виокремлення приналежності людини до тієї чи іншої соціальної групи. Приймаючи певні міфічні, культурні, символічні уявлення, людина приєднується до групи людей, що живуть за законами цих уявлень.

Крім того, інтуїтивно-почуттєвий рівень сприймання доповнює суспільно-політичну рефлексію та виконує важливу функцію, оскільки часто *вибір політичний зв'язаний з вибором персоніфікованим* [3]. Як вказував К.Г.Юнг, сучасна людина – це людина маси. Аналіз законів масової свідомості показує, що для людини маси характерна деяка регресія у віці, певний емоційний стан (афект), зниження інтелектуальних характеристик та готовність делегувати лідерові (вождеві) відповідальність. Таким чином, певна міфологізація свідомості людини маси не викликає сумнівів.

При існуванні держави індивід поступово відвикає від ініціативи та здатності покладатися на себе. Тому, коли він реалізує своє право, що надане державою, в ситуації актуального політичного вибору він *делегує кандидатові відповідальність за вирішення власних проблем*. Але він вибирає тільки одного конкретного кандидата, тому що той для нього стає в силу яких-небудь причин, об'єктом переносу, на який він проектує свої проблеми, образи, ідеали, бажання, тощо.

У політичному лідері або політичній організації персоніфікуються політичні процеси та події, їхні образи асоціюються з тими перевагами, в яких виражаються політичні інтереси людей. Почуттєвий образ політика – це для багатьох виборців єдино доступне джерело судження про гарантії здійснення політичних цілей, що розділяються ними [див. 2]. Найбільше інформативний текст політичної програми не приведе його автора до успіху у виборців, якщо не буде викликати довіри. Звісно, категорія “довіри” не стосується до інтелектуально-поняттєвого або наукового способу пізнання реальності.

Як вже зазначалося вище, у сучасному світі людина завжди є частиною групи людей. Відповідно, мова йде про *проекцію змістів колективного несвідомого*. І імідж політика (або політичної організації) стає образом, що архетипично проектується на нього електоратом. Це свого роду форма існування архетипів колективного несвідомого у світі, де їх не визнають. Ж.Сорель, один з авторів теорії міфу як ідеологічної зброї, стверджує, що міф повинен відобра-

жати тенденції, істини, очікування народу, що дозволяє зображати всі ці страхи та прагнення у вигляді цілісності [6].

Політик не може (і звичайно не хоче) проявити перед громадськістю всю повноту своїх людських якостей. Образ, що був створений, імідж, є посередником між електоратом та політичною особистістю. На політиків проєктуються певні змісти колективного несвідомого, що вже існують та знаходять свій прояв у “присвоєнні” своїх зовнішніх якостей певній фігурі. Цим пояснюється той факт, що імідж політика нерідко істотно розходиться з його особистісними якостями. Тут поняття “імідж” визначається як сукупність проєкцій виборців на даного політичного діяча, він виявляється характерною рисою не скільки політика, скільки електорату, що готовий за нього голосувати або не голосувати.

Персоніфікація в лідері несвідомих проявів групи та проєкція їх на лідера або Видатну особистість (за Э.Нойманом) – характерна риса міфологічного способу політичного усвідомлення. Політичний лідер виконує сьогодні функції міфічної істоти, що несе відповідальність за долю народу.

Характеристики лідера (вождя) або *Героя* можна визначити так: певний (знаковий) зовнішній вигляд та атрибутика; високий енергетичний заряд, потенціал; можливість за собою повести, харизма, чарівність. Крім того, лідер – один із нас, тобто необхідно існування спільних характеристик із своїми виборцями, для того, щоб виборцям було простіше ідентифікувати себе з ним. До характеристик вождя (у порівнянні з лідером) можна додати ще деяку святість, щоб була можливість одухотворити його образ; незвичайна цілеспрямованість – здатність йти до кінця, ні перед чим не зупинятися; він повинен мати певний особистісний профіль, фанатично самому вірити у те, що він проповідує (прикладі: Ленін, Сталін, Гітлер, Муссоліні). У функції вождя входить створення ідеології, яку складають ідея, міф, ритуали й ілюзії.

Ще в полі текстів соціально-політичної реальності яскраво подані *міфи про Героя*. Д.Кемпбелл, аналізую міф про Героя, виділив першу стадію міфологічного шляху героя – “ісход”, що починається з “зову до мандрувань”: доля покликала героя та перенесла центр його духовного життя за межі його суспі-

льства, в область невідомого. І існують два шляхи, по яких йде розгортання міфу: “слідування зову” та “відмова від зову” [4]. Д.Кемпбелл пише, що міфи та казки всього світу ясно показують, що відмова по своїй суті являє собою небажання піднятися над тим, у чому прийнято розглядати свої інтереси.

Наступний етап – ініціація, етап, на якому Героя чекають іспити, бої, перемога або поразка й остаточна нагорода. Останній – повернення Героя, і знову Герой проходить через іспити, “відмову від повернення”, “пересічення порога”. “Свобода, щоб жити” дається Герою для того, щоб принести суспільству “вогонь” знання (згадаємо Прометея), пізнавши і змінивши себе, взяти відповідальність та змінити інших. Д.Кемпбелл визначив, що узагальнений герой виявляє себе як винятково обдарований персонаж. Буває, що його шанує суспільство, буває – він невизнаний або навіть його зневажають. Але герой – це ще й той, що йде власним шляхом так, як вважає за потрібне, кращим навіть не стільки для себе, скільки для навколишніх [4]. Саме міф про Героя частіше за все знаходить висвітлення в іміджах політиків, ця група міфів є однією з найбільш впливових в сучасному суспільстві, й тим самим поклала початок “вождизму”, та культу особистості, так широко використаному в політиці та ідеологіях.

Аналіз проєкцій на політичних лідерів за допомогою проведення аналогій із міфологічними архетипами дозволяє хоча б частково усвідомити змісти колективного несвідомого, що виявляються в суспільних процесах.

Розглянемо ще одну рису міфологічного способу усвідомлювання реальності. Міф – елемент своєрідної, спрощеної картини світу, у якому одна-дві якості інформації стають домінуючими за рахунок інших. Таким чином, цей аспект міфологічності сучасної свідомості пов'язаний із дихотомічною структурою міфу в будь-якому його прояві. Кожен зміст колективного несвідомого індивідуальної психіки має протилежність, що також виявляється в проєкціях на політичних лідерів. Існує позитив й негатив, Добро й Зло, Герой й АнтиГерой. Дефіцит інформації про події, процеси та суб'єктів соціально-політичної реальності актуалізує такі механізми сприймання цієї реальності як спрощення, стереотипізація, атрибуції різних типів. Це обумовлює процес приписування при-

чин політичних подій певним політичним силам або лідерам. При цьому вибір “козла відпущення” робиться на основі стереотипів, поширених у соціумі або запропонованих ЗМІ й індивідуального досвіду.

Наочним прикладом свідомо сконструйованого “*образу Ворога*” може служити той, що був притаманний тоталітарному-консервативному комуністичному режиму “Великого Вождя всіх народів – Йосипа Сталіна”. У цьому випадку “функція жорсткого консерватизму – зміцнення існуючих порядків, недопущення скільки-небудь істотного їхнього відновлення; “образ ворога” необхідний для того, щоб звести до дій “підривних сил” об’єктивні процеси, що розмивають основи цих порядків” [3, с. 56].

Образ ворога є природним компонентом усіх націоналістичних ідеологій. Причому, націоналізм етнічної групи, що не знаходиться в гнобленні, скоріше набуває міфологічного характеру, оскільки його необхідно легітимізувати, що можливо спостерігати в діях певних політичних сил сучасної України. Звичайно мала країна бачить у своєму сусідові, тим більше якщо вона знаходилася під його протекторатом, заклятого ворога, злодія, що повинен бути засуджений й бажано покараний світовим суспільством. Це світове суспільство (або окремі дружні країни) розглядаються з погляду готовності покарати “злодія”. В основі локальних проблем вважається ідея політичної незалежності та самодостатності, здійсненню якого перешкоджають якісь “чорні сили”, що є джерелом зла у світі та якісь “сірі сили”, що через свої корисливі інтереси не бажають досить рішуче боротися проти “чорних сил” та забезпечити очікуваний ідеал. Оскільки в цій системі мислення немає місця уявленням про об’єктивні закономірності геополітики, немає й розуміння того, що бажаний ідеал принципово знаходиться за межами досягнення, є політична реальність, з якої треба упокоритися та прийняти її як даність.

Таким чином, *міфологічне сприймання й усвідомлення соціально-політичної реальності відбувається за рахунок механізмів:*

- спрощення сприйраних процесів та подій до дихотомії;
- наділення їх образністю;

- проекції виборцями своїх очікувань, інтересів і т.д. на політичних діячів або групи;

- введення в соціально-політичну реальність певних ритуалів, символів і знаків, що відбивають змістовні характеристики політичного міфу.

Функціями міфологічного способу сприймання й усвідомлення соціально-політичної реальності є:

- обґрунтування соціального порядку, соціальних норм, першоджерело моральних основ;

- підтримка традицій, об'єднання соціально-культурної спільності через міфологічну історію, символи, знакові системи;

- психологічна адаптація до політичної реальності за допомогою компенсаторного механізму, проєктивної системи, що дозволяє пристосовуватися до конфліктності і суперечливості політичної реальності;

- персоніфікація політичних процесів і подій у лідері або групі (політичної організації).

Тепер окреслимо коло досліджуваної проблематики, тобто аналізу політичних міфів та їх впливу на електоральну активність виборців. Розглянемо кілька рівнів існування політичних міфів, що співвідносяться з рівнем соціальної реальності. На рівні індивідуальному в буденній свідомості є міф про Героя та його компоненти: народження Героя, шлях Героя (зов, відмова, перешкоди, бої, перемога, повернення), що можливо відслідкувати практично в кожній передвиборній кампанії. При аналізі політичних міфів та їх впливу на електоральну поведінку виборців треба, на наш погляд, приділити цьому багато уваги. Одним з методів аналізу може виступати реконструкція міфу з матеріалів передвиборної пропаганди та реклами, або аналіз іміджевих характеристик цього кандидата, що існують у буденній свідомості разом з проведенням аналогій з міфологічними архетипами. Пам'ятаємо, що в контексті цієї роботи ми розглядаємо імідж як сукупність проєкцій виборців на даного політичного діяча.

На груповому рівні потрібно аналізувати ідеологію, історичний міф, символи, тощо політичної партії або організації. До аналізу необхідно включати не

тільки тексти, а ще й візуальні стимули, що належать до міфу політичної організації. І нарешті, на макрогруповому рівні (рівні суспільства в цілому, держави) потрібно аналізувати два компоненти політичної міфології: міф як історію українського народу, що включає в тому числі й символи української державності, та імідж держави в інформаційному просторі відносин з іншими – міф зовнішньої політики.

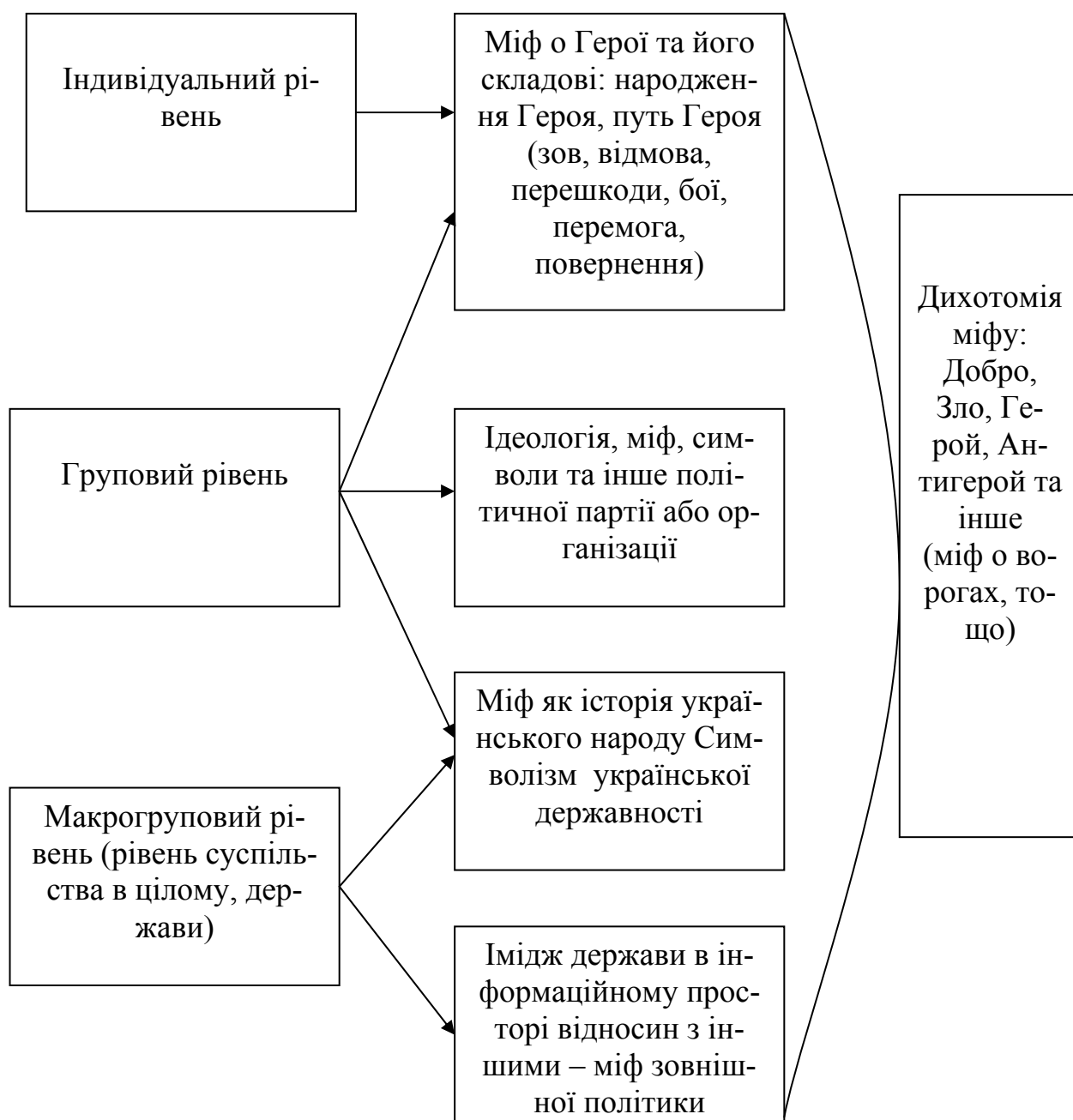


Схема 2. Схема аналізу сучасної політичної міфології та її елементів

На кожному рівні соціальної реальності – індивідуальному, груповому та макрогруповому можуть використовуватися такі характерні риси міфу як, наприклад, дихотомія. Потрібно зазначити, що розподіл міфів в співвідношенні з рівнями соціальної реальності є досить умовним та необхідним лише для спро-

щення аналізу, всі вони перекликаються, перекривають та взаємодоповнюють один одного. Міф про Героя може бути використаний як в міфі політичної партії так й на макросоціальному рівні. Розглядати міфологічну історію політичної партії також треба в згоді з історичним міфом країни та народу.

Таким чином, *політична міфологія доповнює суспільно-політичну рефлексію*. Але міфи в сучасній соціально-політичній реальності доволі часто з'являються з усвідомлюваної подачі індивіда чи групи людей, які мають на меті впливати певним чином на масову свідомість та формувати в ній, наприклад, культ особистості або інші ідеї, використовуючи при цьому певні прийоми психотехнологій, пропаганди та реклами. Отже, можливо констатувати існування *штучно створених політичних міфів*.

Библиография

1. Бирлайн Д.Ф. Параллельная мифология. – М.: Крон-пресс, 1997. -336 с.
2. Вознесенская Е.Л. Социальная привлекательность как категория восприятия политически активных субъектов// Наукові студії з політичної психології. – Вип. 1 (4). – 1999. – С. 210-218.
3. Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология. - М.: Новая школа, 1996. - 352 с.
4. Кэмпбелл Д.. Герой с тысячью лицами. – К.: София, 1997. – 336 с.
5. Лобок А. Антропология мифа. – Екатеринбург: Банк культурной информации, 1997. - 623 с.
6. Маноха І.П., Клименко І.В. Онтологічна природа міфу та її проєкції в сучасному світі// Вісник Київського Університету. Соціологія. Психологія. Педагогіка. – Вип. 12-13. – 2002. – С. 101-107.
7. Нойман Э. Происхождение и развитие сознания. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 1998. – 464 с.
8. Ранк О. Миф о Герое. - М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 1997.
9. Элиаде М. Мифы, сновидения, мистерии. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 1996. – 288 с.