

УДК 101.1

ФИЛОСОФСКОЕ ОСМЫСЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ МИФОЛОГИИ, ЕЕ СТАТУСА И СТРУКТУРЫ¹

А.Г. Иванов

Липецкий филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ», г. Липецк

В статье дается определение современной социальной мифологии как состоящей из двух уровней – «архаического» и «конъюнктурного». В рамках основных разделов философского знания актуализируются проблемные области теории социальной мифологии. Осуществляется попытка классификации социальных мифов «конъюнктурного» уровня. Делается вывод о неочевидности статуса социальной мифологии как в современном обществе, так и в социогуманитарном знании, несмотря на постоянную востребованность «глобальных» мифов.

Ключевые слова: *социальная мифология, «архаический» и «конъюнктурный» уровни социальной мифологии, «глобальный» миф, типология социальных мифов.*

Социальная мифология – это особая форма социальной духовной реальности, система представлений о социуме; она присутствует и на идеологическом уровне общественного сознания, и на быденном. В то же время в современной социальной мифологии имеются качественные отличия между повседневной мифологией, представленной на уровне социальной психологии, быденного сознания, и предельно рационализированной мифологией, содержащейся в идеологических построениях. Назовем эти два уровня современной социальной мифологии соответственно «архаическим» и «конъюнктурным». Также данные уровни можно рассматривать в качестве исходных для структуризации социальной мифологии.

Говоря об «архаическом» уровне современной социальной мифологии, необходимо заметить, что наличие неких универсальных, не зависящих от культурных различий между народами и этносами, мифов подчеркивалось многими социальными антропологами, этнологами, историками (К. Леви-Строс, Ю.Е. Березкин и др.). Например, С. Румянцев отмечает, что одним из важнейших структурных элементов этнического мифа является образ исторического врага [1, с. 328–329].

Отмечая, с другой стороны, «конъюнктурный» уровень современной социальной мифологии, следует учитывать прежде всего мнение Р. Барта, который полагал, что «миф представляет собой коммуникативную систему, некоторое сообщение» [2, с. 233]. Миф включает в себя, таким образом, все средства коммуникации – слово, рассказ, жест, фотографию, кино, репортаж, рекламу и т. п.

При философском осмыслении современной социальной мифологии любой исследователь сталкивается, как минимум, с двумя проблемными областями, связанными с определением, с одной стороны, спектра решаемых социальной ми-

¹ Статья подготовлена при поддержке гранта РФФИ 17-33-01056 а2 «Мифы о прошлом в современной медиа-среде: практики конструирования, механизмы воздействия, перспективы использования».

фологии вопросов, с другой стороны, статуса социальной мифологии в социогуманитарном знании и ее внутренней структуры.

Спектр решаемых социальной мифологией вопросов

Определяя проблемное поле для осмысления феномена современной социальной мифологии с философских позиций, на наш взгляд, необходимо исходить из структуры самой философии, из проблем, решаемых в рамках основных разделов философского знания – онтологии, гносеологии, аксиологии, праксиологии, антропологии.

Онтологическая проблематика социальной мифологии актуализируется в следующих вопросах:

- сфера бытования социального мифа;
- можно ли говорить об обществе как объекте социальной мифологии или же произошел распад единой социальной мифологии на мифологию отдельных сфер общества;
- особенности существования социального мифа на уровнях и в формах общественного сознания;
- в каких социальных сферах (социальных слоях) имеется более рационализированный миф (возможно, в политике, рекламе, науке, т.к. там быстрее всё обновляется (фактор времени), а в каких сферах миф более архаичен (в эстетике, например; хотя есть и феномен неомифологизма в литературе XX в.);
- миф в исторических типах (научной) рациональности;
- существует ли некая готовая структура социальной мифологии (моно-миф);
- как соотносятся между собой нелинейные процессы и мифологическое сознание.

Что касается гносеологического аспекта, то прежде всего необходимо понять, чем в настоящее время становится социальный миф; насколько укоренены в общественном и индивидуальном сознании мифологические компоненты; в какой степени социальный миф используется субъектом в качестве определенного идеологического инструмента; насколько мифологизированным предстает познающему субъекту объект, какую роль при этом играет контекст, среда. Эти вопросы преимущественно гносеологического плана. Прояснение сущности современного мифа нам видится в обращении к конструктивистским теориям познания.

Вопрос о присутствии мифологического компонента в моральном сознании разбивается на следующие подвопросы: могут ли мифы выступать в качестве альтернативы этическим нормам; можно ли, полагаясь на мифы, достичь морального абсолюта. Конечно, сфера морали подвержена изменениям в меньшей степени, но и здесь могут происходить необратимые процессы (например, размывание христианских ценностей в результате либерализации западноевропейского общества). Так, белорусский исследователь Е.В. Беляева выделяет следующие предпосылки изменения нравственности в современном мире: интернационализация экономики; информационное общество [3].

«Живучесть» мифа, его распространенность, практическая применимость, объясняются прежде всего тем, как долго миф будет представлять ценность для общества. Поэтому необходим поиск формальных признаков, индикаторов, по которым можно будет определять тренды любого мифа. Немаловажное практическое значение будет иметь и прогнозирование динамики конкретного мифа, его жизненного цикла в социуме, конструктивности или же деструктивности осуществляемых мифом функций, т. к. «...в социально ориентированном общении,

включая массовую коммуникацию, конструктивная функция такого общения может – в определенных случаях – подменяться деструктивной. Например, в ситуации так называемой “психологической войны” целью общения как раз является дестабилизация общества, его внутренняя разобщенность, дезинформация, вообще нарушение оптимального функционирования этого общества» [4, с. 11–12]. Поэтому существенное внимание необходимо уделять мифотворческим процессам, развивающимся по своим собственным законам.

Особого внимания и отдельного изучения требует антропологический аспект, и прежде всего важнейшее направление социальной философии – социальная антропология (или культурная антропология): человек, на наш взгляд, находится в центре социальной мифологии; человеческое измерение охватывает все уровни современной социальной мифологии.

Концентрированное выражение основных проблем, решаемых социальной мифологией, представлено в заметке А.В. Перцева: «Все предметы, сделанные ремесленниками, и все картины мира, созданные учеными разных специальностей, могут быть постигнуты их коллегами. Но невозможно постигнуть принципиально только четыре вещи – мир в целом (поскольку люди делают только свои частные или корпоративные миры), Бога, душу (сознание) и свободу. Постигая их с помощью разума, мы впадем в неразрешимые противоречия. Ни одного научного суждения, основанного строго на опыте, на фактах, до сих пор не было произнесено – ни о Боге, ни о душе, ни о мире в целом, ни о свободе человеческой. Но люди все равно будут размышлять об этом, создавая себе мифы, чуждые науке, зато придающие человеческой жизни смысл. Без такого смысла человек впадает в невроз и оказывается нежизнеспособным. По Канту, философия (метафизика, существовавшая ранее), теология и психология – это не науки, а формы мифотворчества. Но они психологически необходимы человеку, поскольку удовлетворяют какие-то его важнейшие жизненные потребности. Как говорят ныне, они способствуют успешной самоидентификации и придают психологическую устойчивость» [5, с. 563–564].

И действительно, например, социальное мифотворчество разворачивается вокруг теоретизирования относительно вышеуказанных проблем: мир в целом, сознание, свобода и Бог. При этом можно условно разбить эти направления на следующие аспекты: онтологический (выстраивание новой мифологической картины мира), гносеологический (поиск наилучшего способа познания человеком окружающего мира и самого себя), этико-аксиологический (конструирование положительных социальных мифов, отражающих ценностные ориентации народа, социальных групп, например, связанных со свободой: «свобода, равенство и братство», «освобождение пролетариата», «демократические свободы»), праксиологический (разрастание социальной мифологии через проникновение в отдельные сферы общественной жизни, конкурентная борьба мифов, выявление степени «живучести» тех или иных мифологем в общественном сознании).

К этому следует добавить процессы мифологизации: происходят ли они нелинейно; приводят ли они к формированию исключительно уникального представления об окружающей действительности у каждого отдельного человека на основе имеющихся у него знаний и опыта; представляют ли мифы, которыми живет человек, для него абсолютные ценности; наконец, какое место отводится процессам мифологизации в повседневной жизни человека и общества, имеет ли социальная мифология какое-то практическое значение.

Одним из направлений философского исследования современной социальной мифологии является конструирование соответствующей системы, что, как

минимум, позволит составить некое представление о социальной мифологии [6]. Система социальной мифологии – это альтернативный взгляд на общественные явления и процессы; это «сетка», накидываемая на общество с целью обнаружения в нём мифологических проявлений; это объективная оптика, использующая возможности накопленных человечеством знаний – от мифа через религию к науке, к широкому диапазону познавательных механизмов.

Статус социальной мифологии в социогуманитарном знании и ее внутренняя структура

Говоря о статусе современной социальной мифологии, следует констатировать ее неинституционализированность, размытость в обществе. Мешает институционализации то обстоятельство, что в современном мире все динамично, и каждый новый момент времени дает возможность для построения своей социальной мифологии, т. е. социальная мифология в данном смысле схожа с модой. «Миф всегда связан с чувственно-эмоциональным отражением действительности. А это значит, что он имеет непосредственный характер. Мифологическая картина мира поэтому всегда в известной мере ситуативна, как бы привязана к данному моменту времени. Она не может проецироваться ни в прошлое, ни в будущее. Но ведь объекты, на которые прежде всего направлен миф, это крайне подвижные и динамичные образования, – процессы в обществе изменяются крайне быстро. Поэтому мифологическая картина мира очень скоро превращается в несоответствующую действительности фантазию, в связи с чем адаптация человека к новым нестандартным условиям с помощью мифа оказывается крайне ситуативной, хотя в тех или иных случаях может быть очень эффективной. Фактически ситуация складывается так, что мифические представления, сформированные в тот или иной момент времени, начинают проектироваться на изменившиеся объекты», – полагают Р.А. Зотов [7, с. 30–31].

В то же время социальная мифология предоставляет человеку некий набор схем, алгоритмов поведения, руководствуясь которыми ему легче дополнить картину мира.

Не способствует институционализации и структуризации социальной мифологии и то обстоятельство, что в таких, например, сферах общества, как право, религия, наука, нет мифов в их традиционном понимании (есть «квазимифы», требующие отдельного рассмотрения). С появлением религии и науки новые социальные мифы уже качественно отличаются от функционирующих в обществе, прежде всего тем, что вера в них смешивается с религиозной, и они в большей степени содержат рациональные компоненты.

Мифология фрагментарно присутствует в эстетической, этической, политической, экономической сферах общественной жизни, причем в данных сферах содержатся некоторые мифологические составляющие, восходящие еще к архаическим представлениям.

С другой стороны, можно выделить «глобальные» мифы, ставшие предметом глубокого философского анализа (миф Просвещения, миф о вечном возвращении, миф о герое). Такие мифы воздействуют на общество как бы на двух уровнях: и на «архаическом», и на «конъюнктурном»; восходят к древней архаике и могут умело использоваться правящей элитой.

М. Хоркхаймер и Т. Адорно фактически говорят об одном из «глобальных» мифов: о том, что на смену древним мифам приходит другой миф – миф Просвещения. Эти авторы полагают, что мифы, став жертвой Просвещения, сами являются его же непосредственными продуктами. «В научном исчислении собы-

тия аннулируется тот отсчет, который когда-то был дан мыслью о событии в мифах. Миф стремился сообщить, назвать, высказать происхождение: но тем самым изобразить, констатировать, объяснить. В ходе записи и собирания мифов эта тенденция усиливается» [8, с. 21].

В работе М. Хоркхаймера и Т. Адорно «Диалектика Просвещения» высказывается мысль о том, что мифология развязала процесс бесконечного просвещения, в ходе которого любое определенное теоретическое воззрение с неизбежной необходимостью вновь и вновь подвергается уничтожительной критике, выставляющей его в виде всего лишь некоего верования, вплоть до того, что понятия духа, истины и даже просвещения сами становятся относящимися к сфере анимистического колдовства. Авторы считают, что принцип роковой необходимости, губящий героев мифа и развертывающийся в качестве логического следствия прорицания оракула, не просто господствует, будучи облагороженным до убедительности формальной логики, в любой рационалистической системе западноевропейской философии, но управляет даже самой последовательностью систем, которая начинается с иерархии божеств и которой, в условиях перманентных сумерек кумиров, направляется гнев в отношении недостающей порядочности как идентичного содержания [8, с. 25].

Мифология как бы захватывает Просвещение: «Миф превращается в Просвещение, а природа – во всего лишь объективность» [там же, с. 22]. В дальнейшем Просвещение «втягивается все глубже и глубже в мифологию. Оно перенимает весь материал мифов для того, чтобы их разрушить, и как судия подпадает под чары мифов» [там же, с. 25]. В подтверждение своих слов М. Хоркхаймер и Т. Адорно приводят пример принципа имманентности – объяснения каждого события как повторяющегося, полагая, что данный принцип отстаивается Просвещением в противовес мифологической продуктивной силе воображения, являясь, между тем, принципом самого мифа [там же, с. 26].

В итоге авторы заключают, что «Просвещение отбрасывается вспять, в мифологию, от которой ему так никогда и не удалось ускользнуть. Ибо мифология в своих фигурах отображает эссенциальность – как истину и отказывает в надежде. Выразительностью мифологического образа, равно как и ясностью научной формулы, удостоверяется извечность фактически наличного, а просто существующее выражается в качестве смысла, блокируемого им. Мир как гигантское аналитическое суждение, единственное, что еще остается ото всех грез науки, есть явление того же пошиба, что и космический миф, связывавший смену весны и осени с похищением Персефоны» [там же, с. 43].

Что касается мифа о вечном возвращении, то его суть заключается в следующем. Все, что существует в данный миг, уже существовало в прошлом и вновь будет существовать в будущем. Все, что существует, с течением времени всё дальше и дальше уходит от самого себя – изменяется, принимает новые формы, погружается в новые действия, гибнет и возрождается в новых образах, но в конце концов, через миллионы лет, вновь возвращается к самому себе. Все повторяется вновь и вновь, и этому повторению нет ни начала, ни конца. Причем все, что существует в данный миг, повторяется полностью и абсолютно – не по какому-нибудь сходству или смыслу, но до последнего атома – один к одному. Вы сами, то, что вас окружает, то, как вы сидите сейчас и смотрите на эти слова, ваше сомнение в истинности того, что вы только что прочли, и ваши предположения о том, что прочтете на следующих страницах – все это, до мельчайших подробностей, уже было когда-то и через миллионы и миллионы лет повторится вновь [9, с. 79].

«Глобальный» миф о вечном возвращении, актуализированный Ф. Ницше, и в настоящее время сохраняет высокий эвристический потенциал.

Так, по мнению П.Г. Мартысюка, мифологическая идея вечного возвращения оказала влияние на современную культуру посредством включения ее в художественную традицию. Она получила оригинальное воплощение в противостоянии элементов «рациональных» и «иррациональных» (аполлонизм – дионисизм), раскрывшихся в неизменных экзистенциальных ориентациях мифа и генетически связанных с ним эмоционально-художественных формах культуры. В связи с этим мифологическая идея вечного возвращения способна выступить исходным принципом формирования отдельных видов искусства, а также стилей художественной культуры [10, с. 10–11].

Отмеченные «глобальные» мифы повторяются вновь и вновь, оказывая существенное влияние как на общественное развитие, так и на его объяснение.

Ещё одним ярким примером «глобального» мифа является миф о герое, представляющий собой неустрашимый, необходимый, преимущественно созидательный компонент общественного развития. Трансформация образа героя в общественном сознании достаточно показательна: как в античную эпоху, так и в эпоху Возрождения и далее в эпоху Романтизма, отношение общества к феномену героизма демонстрирует, помимо всего прочего, и отношение общества к социальной мифологии. Фигуру героя можно представить как зеркало социальной мифологии.

В настоящее время вероятность появления новых «глобальных» мифов становится гораздо более высокой, причиной чего являются охватившие весь мир процессы глобализации. Такие процессы ведут к размыванию культурных идентичностей, к формированию единого, можно сказать, однородного, чистого пространства понимания, выступающего в качестве определенного строительного материала для процессов мифотворчества и мифологизации. Именно вследствие глобализационных процессов формируется поле интерсубъективности, позволяющее социальным мифам легче охватывать широкие массы.

«Глобальные» мифы в силу охвата большого числа людей выступают своеобразными прототипами социальных мифов. Это обстоятельство подчеркивает отличие современных социальных мифов от классических, традиционных мифов. Особенности традиционного мифа в интересующем нас аспекте были выделены Ю.Е. Березкиным, когда он сравнивал фольклор и мифологию: «Фольклор состоит из текстов, которые истолкования не требуют, переводимы на любой язык и могут изучаться в отрыве от породившей их культурной среды (“этний” подход). Текст может восприниматься буквально, как рассказ именно о тех событиях, о которых в нём идёт речь. Если же он служит знаком или метафорой чего-то другого, он превращается в миф. Мифология требует понимания, истолкования, возможных лишь в контексте определённой культуры и предполагающих хорошее владение соответствующим языком (“эмный” подход). Один и тот же текст может служить основой различных мифов в зависимости от того, кто его интерпретирует. Смысл, ценность и эмоциональность в мифологические тексты вносят слушатели и рассказчики. Исследователь, пытающийся реконструировать процесс осмысления мифа в отсутствие полноценного контакта с носителями традиции, берётся за невыполнимую задачу» [11, с. 170]. В своем стремлении к универсальности, на наш взгляд, социальная мифология скорее схожа с фольклором, чем с традиционной мифологией.

Однако следует отметить, что процессы универсализации интенций социальной мифологии происходят наряду с процессами дифференциации (или по-

другому это можно сформулировать следующим образом: идиографического в социальной мифологии ничуть не меньше, чем номотетического). Социальная мифология подразделяется на множество исследовательских областей. Междисциплинарность является важнейшей характеристикой социальной мифологии. Существует прямая взаимосвязь между междисциплинарным характером социальной мифологии и прослеживаемой в последнее время тенденцией к возникновению все новых специальных областей знания в рамках социальной мифологии. К усложнению внутренней структуры знания о социальной мифологии ведет процесс специализации. При этом внутри себя каждая специальность может подразделяться на ряд самостоятельных направлений. Следует заметить, что структура знания о социальной мифологии в настоящее время еще четко не определена, и, возможно, предстоит достаточно долгий исследовательский путь к формированию ясных очертаний объекта социальной мифологии. Так, внутри социальной структуры (морфологии общества) возникло направление по мифологии элит. Появились новые области, специализирующиеся на социальных сферах и областях знания: политическая мифология, мифология науки и т.п. В рамках мифологии культуры можно рассматривать в качестве самостоятельных следующие направления: мифология кино, мифология массовой культуры.

Зачастую стимулом к появлению новых отраслей социальной мифологии выступает само общество, в котором на первый план в разные периоды времени выходят те или иные проблемы. Именно поэтому в настоящее время наиболее динамично развивающимися ответвлениями социальной мифологии выступают политическая мифология, мифология средств массовой коммуникации. Более того, внутри этих активно распространяющихся направлений формируются отдельные области бытования социальной мифологии: например, мифология рекламы как одно из направлений, относящихся к мифологии средств массовой коммуникации.

С другой стороны, имеются и области знания, мифология которых не получила общественного резонанса. Здесь достаточно показателен пример с одной из последних работ Р. Барта «Camera lucida», посвященной фотографии, в которой автор усматривает две основные характеристики фотографии – *studium* и *punctum*. *Studium* – это способность фотографии вызывать общекультурный интерес, свидетельствуя о том или ином историческом событии и мобилизуя «безответственный» интерес. *Studium* примиряет фотографию с обществом, наделяя ее функциями, обеспечивающими алиби фотографу, при этом *studium* работает так же, как и все буржуазные мифы: изначально фотография призвана запечатлеть нечто значительное, но в результате инверсии (подробно описанной в работе «Мифологии» [2]) она объявляет значительным то, что запечатлевает. *Punctum* – это некое зияние, ранящее зрителя; это «деталь», присутствие которой меняет режим чтения фотографии. Исследователи творчества Р. Барта отмечали, что реакция на книгу была вялой, и не удивлялись этому: «...посвященная фотографии, эта книга оставила равнодушными фотографов, поскольку Барт исследовал референт, а не фотографию как художественную форму. Кроме того, книга получилась чересчур личной и написана была скорее для самого автора, нежели для широкой аудитории» [12, с. 241–242].

Нет определённости и относительно типологии таких важнейших компонентов социальной мифологии, как мифов.

Между тем необходимость классификации социальных мифов продиктована современностью, когда отдельный индивид и общество в целом сталкиваются с активным проникновением мифов практически во все сферы общественной жизни. Умение фиксировать наличие социальных мифов в структуре общества позво-

лит составить более объективное представление об окружающей действительности, позволит не оказаться втянутым в конъюнктурные общественные процессы, пропагандистские уловки.

Рассматривая «архаический» уровень социальной мифологии, следует отметить, что на Западе в настоящее время достаточно популярно психоаналитическое изучение мифа, о чем свидетельствует большое количество соответствующих публикаций. К сторонникам так называемой психоаналитической теории мифа с той или иной степенью условности можно отнести таких специалистов в области изучения мифов второй половины XX в. как, Д. Кэмпбелл, М. Элиаде и др. Их исследования в основном были связаны с поиском неких глубинных, архетипических, неизменных конструкций. Такие конструкции они относили к сфере бессознательного и считали их основополагающими для социальных отношений, имманентно присущими любому человеку и обществу. В частности, такие используемые сторонниками психоаналитической интерпретации смысла мифа термины, как «мифологема», «архетип», «мифический образ» и пр., тесно связаны с социальным мифом.

Что касается уровня социальной мифологии, названного нами «конъюнктурным», то здесь современное общество дает возможность для достаточно обширной классификации. Основными классификационными критериями будут выступать: 1) субъект и объект социального мифа; 2) контекст реализации социального мифа (с подробным рассмотрением социальных сфер).

Классификация социальных мифов по субъекту и объекту

Раздел (аспект) знания	Объект	Субъект
Онтологический аспект	Степень укорененности	Адрес (место) в цикле создания
Гносеологический аспект	Степень осознанности	«Feedback»
Аксиологический аспект	Соответствие ценностям	Источник доверия
Праксиологический аспект	Форма	Формат

Следует заметить, что впервые такая типология социальных мифов была предложена А.М. Ульяновским [13, с. 134–143]. Частично она используется при классификации и нами.

В данном исследовании типология претерпела некоторые изменения: ключевыми классификационными критериями выступают субъект и объект социального мифа, рассматриваются основные разделы знания о социальной мифологии (в таблице они отмечены как аспекты). Под субъектом в данном случае понимается творец социального мифа, под объектом, –соответственно – тот, кому адресован субъектом социальный миф.

Онтологический аспект классификации учитывает степень укорененности социального мифа в обществе (общество поминается в качестве объекта социальной мифологии) и то, какими социальными группами миф был инициирован.

По степени укорененности в бытовании (по уровню жизнестойкости) предлагается выделить следующие типы социальных мифов: 1) идеальные (наиболее жизнеспособные мифы, принадлежащие к ценностно-смысловому ядру культуры); 2) реферативные (отражают сравнительные эталоны живущих мифом (мифичных); 3) соединительные (конструкты, принимаемые живущими мифом, так как они узнают в них приемлемые для себя образцы поведения); 4) выделительные (конструкты, принимаемые живущими мифом, т. к. они не обнаруживают в них ничего противоречащего своим ценностям).

Типология социальных мифов с точки зрения того, какими социальными группами они были инициированы, следующая: 1) мифы, поддерживающие ценности творческой элиты (элитарные мифы); 2) мифы, поддерживающие ценности управляющих (властные мифы); 3) мифы, поддерживающие ценности широкой аудитории (массовые мифы).

Гносеологический аспект классификации определяет степень осознанности социальных мифов как людьми, находящимися в поле бытования мифов (относятся к объекту социальной мифологии), так и творцами мифов.

Здесь можно выделить такие типы социальных мифов по отношению к объекту: 1) непроявленные (ощущаются и переживаются человеком как непосредственно данная, объективная жизненная реальность, как истинные, само собой разумеющиеся законы жизни; воспринимаются как единственно возможная картина мира и не подвергаются сомнению); 2) проявленные или проявляющиеся (фрагменты верований, бытовые предрассудки, общепринятые мнения, стереотипы, отношение к которым неоднозначно); 3) явные мифы (воспринимаются в художественном контексте, в переносном смысле, позже считаются большинством людей вымыслом).

Что касается феномена «feedback», то он, на наш взгляд, является основной характеристикой понимания социального мифа субъектом: или субъект полностью отдает себе отчет в том, что созданный им социальный миф является абсолютно искусственным образованием, воздействующим на сознание и определяющим поведение других людей, или же создатель сам начинает относиться к мифу, как те, кому он был адресован. Вот что писал о феномене «feedback» И.М. Дьяконов: «... в наши времена мы нередко имеем дело с третичными мифологиями: эти мифы являются метонимически-ассоциативным оформлением доказуемо ложных положений. Таковы миф об утروении Царства Божьего на земле, лишенного движущих антагонистических противоречий, миф о жидомасонах и другие подобные. Их ложность не значит, что пропаганда третичных мифологий является заведомой ложью: имея дело с мифологиями и пропагандой идей, мы должны всегда иметь в виду явление feedback, то есть обратного воздействия пропаганды на самих пропагандистов» [14, с. 62–63].

Аксиологический аспект классификации учитывает, соответствуют ли социальные мифы ценностям объекта социальной мифологии, и то, как к ним относятся субъекты социальной мифологии.

В первом случае имеется следующая типология социальных мифов: 1) мелкие (крайне фрагментарно представлены в отдельных социальных сферах и социальных группах); 2) глубокие (затрагивают экзистенциальные основы живущих мифами, определяют качество их жизни, стабильность общества).

Во втором случае речь идет об источнике доверия к социальному мифу в канале-трансляторе (СМИ). Здесь возможна следующая классификация: 1) означающие (например, буржуазные мифы в бартовском смысле; доверие к такому мифу не зависит от канала СМИ); 2) ожидаемые (определяются стилем медиаформатов каналов СМИ); 3) расширенные (важны для живущих мифом в плане самоидентификации); 4) потенциальные (не подлежат трансляции через каналы СМИ).

И наконец, рассматривая праксиологический аспект классификации социальных мифов, в центр внимания мы помещаем, соответственно, способ получения мифа объектом (форму) и способ подачи мифа субъектом (формат). Дело в том, что фактическое воздействие мифа на человека существенно усиливается в

зависимости от степени привлекательности формы социального мифа для объекта и от того, каков «мифоформат», транслируемый субъектом мифа.

Наряду с объектом и субъектом, важным критерием для классификации социальных мифов выступает контекст, сопровождающий взаимодействие субъекта и объекта социального мифа. Контекстуальный фактор позволяет выделить следующие классификации социальных мифов: по силе (слабый и сильный); по пространству (глобальный и нишевый); по длительности (долгий (вечный) и кратковременный); по движению (статичный и динамичный); по социальным сферам.

Например, характеризуя классификацию социальных мифов по пространству, необходимо анализировать структуру общества. Деление социального пространства на части позволяет говорить о социальных классах и соответствующих им мифах, выражающих ценности определенного социального класса. Так, Р. Барт писал и о мифах у «правых», и о мифах у «левых» [2, с. 272–283]. Классовые мифы являются в нашей классификации нишевыми и занимают промежуточное положение между индивидуальными и глобальными (социетальными) мифами.

Социальная сфера распространения социального мифа заслуживает отдельного рассмотрения и открывает простор для дальнейших классификаций, а также, что немаловажно, для выявления степени институционализации мифов. Кроме того, можно будет обозначить социальные институты, поддерживающие функционирование мифов. На наш взгляд, практически все социальные сферы подвержены влиянию мифогенных факторов. При этом, например, в этической сфере такие факторы являются предельно ясными и понятными, а в правовой и научной сферах – рационализированными. Особенно изощренные формы мифогенные факторы принимают в таких динамично развивающихся сферах, как экономика и политика, где дополнительным фактором мифогенности выступают суггестивные коммуникационные процессы.

Роль некой исторической демаркационной линии между социальными сферами выполняет рациональность. Те социальные сферы, которые стали выделяться в период доминирования мифологии – эстетика, этика, экономика, политика, способствуют (явно или латентно) распространению социальных мифов и в настоящее время. Что касается правовой, религиозной или научной сфер, возникших, на наш взгляд, тогда, когда мифологическое мировоззрение стало утрачивать свое общественное значение, то в них содержатся «квазимифы», напрямую не редуцируемые к социальным мифам.

Следует отметить, что применение комплексного подхода к классификации социальных мифов, предполагающего рассмотрение современной социальной мифологии на двух уровнях ее существования – «архаическом» и «конъюнктурном», поможет в конечном счете составить целостное представление о функционировании современных мифов и о современной социальной мифологии.

Пока же можно констатировать неочевидность статуса социальной мифологии в современном обществе и социогуманитарном знании, несмотря на постоянную востребованность «глобальных» мифов.

Список литературы

1. Румянцев С. Героический эпос и конструирование образа исторического врага // Империя и нация в зеркале исторической памяти: сб. ст. / сост. И. Герасимов, М. Могильнер, А. Семенов. М.: Новое издательство, 2011. С. 328–356.

2. Барт Р. Мифологии: пер. с фр. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2004. 320 с.
3. Беляева Е.В. Метаморфозы нравственности: динамика исторических систем нравственности. Минск: Экономпресс, 2007. 464 с.
4. Васильев А.Д. Современное мифотворчество и российская телевизионная словесность. М.: ЛЕНАНД, 2014. 240 с.
5. Перцев А.В. Ницшеанский миф Э. Бертрама: вольный проект культурологического интуитивизма // Бертрам Э. Ницше. Опыт мифологии: пер. с нем. СПб.: Владимир Даль, 2013. С. 551–574.
6. Иванов А.Г. Проблема построения теории социальной мифологии // Изв. Саратов. ун-та. Новая серия. Сер.: Философия. Психология. Педагогика. 2016. Т. 16. Вып. 1. С. 14–19.
7. Зобов Р.А., Келасьев В.Н. Социальная мифология России и проблемы адаптации. СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 1997. 140 с.
8. Хоркхаймер М., Адорно Т.В. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты. М.;СПб: Медиум: Ювента, 1997. 312 с.
9. Жигалкин С.А. Метафизика вечного возвращения. – М.: Культурная революция, 2011. 256 с.
10. Мартысюк П.Г. Эволюция мифологической идеи вечного возвращения в европейской культуре: автореф. дис. ... д-ра филос. наук. Санкт-Петербург, 2008. 46 с.
11. Березкин Ю.Е. Мифы заселяют Америку: Ареальное распределение фольклорных мотивов и ранние миграции в Новый Свет. М.: ОГИ, 2007. 360 с.
12. Дьяков А.В. Ролан Барт как он есть. СПб.: Владимир Даль, 2010. 320 с.
13. Ульяновский А.В. Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы. СПб.: Питер, 2005. 544 с.
14. Дьяконов И.М. Архаические мифы Востока и Запада. М.: Едиториал УРСС, 2004. 248 с.

PHILOSOPHICAL UNDERSTANDING OF CONTEMPORARY SOCIAL MYTHOLOGY, ITS STATUS AND STRUCTURE

A.G. Ivanov

The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration,
Lipetsk Branch, Lipetsk

The article gives a definition of social mythology as consisting of «archaic» and «conjunctural» levels. The problem fields of social mythology theory are revealed within the main sections of philosophical knowledge. An attempt to classify «conjunctural» level social myths is made. It is concluded that the status of social mythology is not evident as in contemporary society and in social knowledge and humanities despite permanent demand for «global» myths.

Keywords: *social mythology, «archaic» and «conjunctural» levels of social mythology, «global» myth, typology of social myths.*

Об авторе:

ИВАНОВ Андрей Геннадиевич – кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры государственной, муниципальной службы и менеджмента Липецкого филиала ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ», г. Липецк. E-mail: agivanov2@yandex.ru

IVANOV Andrey Gennadievich – Ph.D., the assistant of Professor the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Lipetsk Branch, Lipetsk. E-mail: agivanov2@yandex.ru.