

Міфотворення як соціальна технологія*Роботу виконано на кафедрі соціології та соціальної роботи ВНУ ім. Лесі Українки*

Статтю присвячено дослідженню феномену соціальної міфології в умовах сучасного суспільства. Розглянуто ознаки та функції міфу; акцентовано увагу на вивченні міфології як одного із факторів соціальних змін та як важливого елемента в системі соціальних технологій.

Ключові слова: соціальні технології, соціальна міфологія, міфологічна свідомість.

Бондаренко Ю. О. Мифотворчество как социальная технология. Статья посвящена изучению феномена социальной мифологии в условиях современного общества. Рассмотрены черты и функции мифа; акцентируется внимание на исследовании мифологии как одного из факторов социальных изменений и как важного элемента в системе социальных технологий.

Ключевые слова: социальные технологии, социальная мифология, мифологическое сознание.

Bondarenko Y. O. Construction of Myths as a Social Technology. Article describes the phenomenon of social mythology in modern society. Considered the features and functions of myth, focuses attention on the study of mythology as one of the factors of social change and as an important element in the system of social technologies.

Key words: social technology, social mythology, mythological consciousness.

Постановка наукової проблеми та її значення. Суперечливий характер трансформаційних процесів у сучасному суспільстві актуалізує проблему вдосконалення процесів управління суспільним життям, пошуку нових форм та методів впливу на свідомість і поведінку людей задля адаптації їх соціальних практик до нових умов. Одним із таких методів є міфотворення.

У більшості робіт, присвячених проблемам соціальної міфології, остання розглядається в контексті політичних технологій: як інструмент реалізації влади панівних груп, як засіб маніпуляції масовою свідомістю в інтересах правлячої еліти тощо. Інший аспект проблеми – аналіз соціальної міфології в контексті соціальних технологій – у науковій літературі висвітлено недостатньо, що й зумовлює актуальність обраної теми.

Аналіз останніх досліджень із цієї проблеми. Дослідженню феномену соціального міфу присвячено чимало робіт вітчизняних та закордонних науковців. Проблемам природи міфу та характеристик міфологічної форми свідомості присвячено роботи Дж. Віко, Ф. Шеллінга, Д. Фрезера, Ф. Ніцше, О. Лосева, З. Фрейда, К.-Г. Юнга та ін. Осмислення феномену соціальної міфології започатковане працями Ж. Сореля. Він розглядав міф як феномен ідеологічної практики, звертаючи увагу на його значний мобілізаційний та організаційний потенціал. Різні аспекти соціально-політичного міфотворення аналізують у своїх працях В. Парето, К. Флад, Е. Кассіпер, Р. Барт, П. Гуревич, Н. Шестов, Г. Ділігенський та ін. У більшості згаданих досліджень соціальні міфи розглядають як продукт політичних технологій, призначений для легітимації наявного соціального порядку.

Серед українських дослідників проблемами соціальної міфології займалися Н. Соболева, В. Бурлачук, Г. Почепцов та ін. Проте узагальненої теорії соціального міфу не існує ні у вітчизняній, ні в зарубіжній літературі.

Проблемам соціальних технологій присвячено роботи М. Маркова, Н. Стефанова, В. Іванова, В. Патрушева та ін. Сучасні соціально-комунікативні технології аналізуються у роботах Д. Гаври.

Метою статті є дослідження закономірностей функціонування соціальних міфів у контексті розвитку соціальних технологій.

Реалізація цієї мети передбачає виконання таких завдань:

- уточнити зміст основних понять: «соціальні технології», «соціально-комунікативні технології», «міфотворення»;
- розглянути основні методи конструювання сучасних соціальних міфів;

– проаналізувати роль соціальних міфів у процесах конструювання суб'єктивної соціальної реальності.

Виклад основного матеріалу. У ХХ столітті понятійний апарат соціогуманітарних наук поповнився новими термінами, призначеними для означення особливого способу розв'язання практичних суспільних завдань. У публікаціях суспільствознавців усе частіше використовують поняття, запозичені з інженерних дисциплін: «технології», «механізми» тощо. Категоріально-термінологічний апарат соціології, політології, соціальної психології поповнюється такими поняттями, як «соціальні технології», «політичні технології», «технології управління», «маніпулятивні технології» тощо.

Спільним для цих понять є термін «технологія», який можна визначити як «сукупність засобів організації та впорядкування доцільної практичної діяльності відповідно до мети та логіки процесу перетворення того чи іншого об'єкта» [15, 78]. Технологія передбачає алгоритмізацію діяльності, уможливує її багаторазове використання, відтворення та тиражування. Створення технології передбачає перетворення об'єктів (і природних, і соціальних) за певним планом із оптимальним балансом витрат та результатів.

У випадку із соціальними технологіями йдеться про цілеспрямований вплив на соціальні процеси, поведінку індивідів та груп, функціонування соціальних інститутів для розв'язання певних соціально значимих завдань. Це передбачає розробку програми дій та системи процедур і операцій використання наявних соціальних ресурсів, необхідних для розв'язання цих завдань.

Соціальні технології не є винаходом сучасності. Ті чи інші методи впливу на соціальні процеси існували у всіх суспільствах, що досягнули стадії цивілізації. Проте ці прототехнології, які більш-менш ефективно працювали у традиційних суспільствах, не відповідають запитам сучасності, оскільки орієнтовані на збереження традиційного устрою, тоді як однією із головних ознак сучасного суспільства є його динамічність. Зростання швидкості соціальних процесів часто породжує негативні наслідки: аномію, масовізацію та атомізацію суспільства тощо. Потреба подолання цих проблем стимулювала розробку понятійного апарату та змістових компонентів соціальних технологій, починаючи із 50–60-х років ХХ століття. К. Мангейм з цього приводу зазначав: «Характер соціальної технології для суспільства навіть важливіший, ніж його економічна структура чи соціальна стратифікація. З її допомогою можна загальмувати чи змінити функціонування економічної системи, зруйнувати одні соціальні класи і поставити на їх місце інші» [11, 415]. Чим швидше змінюється суспільство, тим більшою, вважає К. Мангейм, є роль соціальних технологій. Оскільки часто результатом суспільних трансформацій є аномія, основне призначення соціальних технологій полягає у формуванні адекватної новим реаліям нормативно-ціннісної системи через вплив на ціннісні орієнтації різних груп населення [11].

Отже, потреби сучасного суспільства пов'язані з необхідністю швидкого та широкомасштабного тиражування нових видів діяльності. Це завдання потребує розробки відповідних соціальних технологій.

На сьогодні існує велика кількість соціально-технологічних методів, методик, прийомів. У контексті нашого дослідження ми зосередимося на їх окремому виді – соціально-комунікативних технологіях. Це поняття запропонував російський дослідник Д. Гавр. За визначенням автора, соціально-комунікативна технологія – це «цілеспрямована, системно організована діяльність із управління комунікацією соціального суб'єкта, спрямована на вирішення певного соціально значимого завдання, що спирається на певний план (програму дій)» [7, 11].

Об'єктом соціально-комунікативної технології (СКТ) є підсвідомість, свідомість та поведінка соціальних суб'єктів, управління якими здійснюється через цілеспрямовану, системно організовану соціальну комунікацію [7]. Суб'єктами СКТ можуть бути соціальні спільноти, соціальні організації та соціальні інститути. Насамперед це рекламні та PR-агентства, редакції ЗМІ, державні структури, які так чи інакше впливають на формування масової свідомості.

Міфотворення можна розглядати як один із видів соціально-комунікативних технологій. За визначенням О. Бондар, міфотворення (міфотехнології) – це інструмент управління комунікацією соціального суб'єкта через апеляцію до міфу чи використання міфологічних образів та сценаріїв у структурі повідомлення для розв'язання певних соціально значимих завдань [3]. Міфотворення як соціально-комунікативна технологія передбачає активізацію наявних у масовій свідомості та колективному підсвідомому міфологічних образів у потрібному для досягнення поставленої мети напрямі.

Отже, як застосування міфотехнологій може допомогти у формуванні нової нормативно-ціннісної системи суспільства? Щоб відповісти на це запитання варто, звернути увагу на специфіку сприйняття людиною реальності. Сучасна людина більшість інформації про навколишній світ отримує опосередковано. Її світогляд та світосприйняття формуються за рахунок тих образів, уявлень, стереотипів, міфів, які існують у цьому соціальному середовищі, транслюються у засобах масової комунікації, нав'язуються за допомогою різноманітних ідеологічних інститутів: школи, церкви, засобів масової комунікації. Важливу роль у закріпленні цих образів, міфів, стереотипів відіграє авторитет окремих осіб чи інститутів (релігії, науки тощо). Уся нова інформація, яку отримує людина, «фільтрується» через сформовану у процесі первинної соціалізації та під впливом попереднього досвіду систему стереотипів [9].

Стереотипи, міфи, елементи ідеологічних учень, повсякденне знання «здорового глузду» утворюють суб'єктивний образ, модель соціальної реальності, відповідно до якої людина діє в умовах «об'єктивної» реальності [4; 9]. Інформація, яка «не вписується» в наявний «образ реальності» індивіда, яка може загрожувати наявній «картині світу», відкидається.

Сформована в процесі соціалізації система диспозицій сприйняття та поведінки (габітус) дає змогу індивідам адекватно взаємодіяти в умовах стабільної соціальної структури. Проте в умовах швидких та масштабних суспільних трансформацій детерміновані габітусом «звичні» мікросоціальні практики будуть несумісними з новими інститутами. Яскравим прикладом такої несумісності є ситуація у багатьох пострадянських суспільствах.

Оскільки ідеологеми, міфи, стереотипи як елементи суб'єктивної соціальної реальності не стільки створюються індивідом, скільки нав'язуються йому суспільством і зазвичай глибоко вкорінені у підсвідомості, вони важко піддаються впливу раціональної аргументації. Часто це перешкоджає проведенню реформаційної політики.

На нашу думку, цю проблему можна вирішити двома способами. Перший спосіб можна назвати «деміфологізація суспільства», другий – «реміфологізація суспільства». Деміфологізація передбачає розкриття істинного змісту міфологічних та ідеологічних конструкцій «за допомогою засобів освіти, пропаганди та соціальної роботи» [11]. «Реміфологізація» означає заміну старих, «деструктивних» міфологічних уявлень новими, більш «адекватними» ситуації.

Прихильники першого підходу, на нашу думку, не враховують того факту, що подібне «розчаклування світу» часто стає причиною чергової світоглядної кризи. Ще в 1930 році російський філософ А. Лосев у своїй роботі «Діалектика міфу» доводив, що світогляд кожної людини базується на певній міфології [10]. Важливу роль міфу в різних сферах суспільства (зокрема й у сфері науки) відзначали у своїх працях й інші автори: Н. Карєєв, Л. Красавін, Н. Шестов [14]. Отож можна припустити, що інтерпретація міфу як дисфункціонального «пережитку минулого» у свою чергу спирається на «міфологію Просвітництва» – віру в необмежені можливості людського розуму, в ідеал «освіченого та компетентного громадянина» тощо.

Проте, як доводять роботи представників франкфуртської школи (Т. Адорно, М. Хоркхаймер [1], Г. Маркузе [12]), емансипація мислення та поведінки індивіда від влади міфології, відділення принципу розуму від принципу віри призвели до перетворення людей із самостійних суб'єктів мислення та дії в об'єкти маніпулювання.

Більш продуктивним із т. зв. «кінцевого» результату (подолання аномії), на нашу думку, є другий підхід – творення нової міфології, нового «символічного універсуму», які будуть адекватними новим соціальним реаліям.

На думку В. Бурлачука, міф є однією із базових символічних структур, які беруть участь у конструюванні соціальної реальності. Більше того, на відміну від таких символічних систем, як філософія, наука, мистецтво, базові символічні системи (до яких В. Бурлачук відносить міф, традицію та авторитет), виконуючи функцію соціальних інститутів, володіють реальними засобами збереження певного типу соціальної реальності, оскільки не лише акумулюють у собі певний запас знання, а й ретранслюють певний набір відчуттів. Тому міфологія не лише виконує функцію легітимації наявних соціальних інститутів; вона також присутня у нашому повсякденному житті, через участь в утворенні афективної основи базових типізацій та практик [5].

Масова свідомість оперує не абстрактними категоріями, а символами. Саме тому запровадження нової нормативно-ціннісної системи не може ґрунтуватися лише на апеляції до раціональних

аспектів світосприйняття. В. Бурлачук з цього приводу зазначає: «Ціннісні поняття, уявлення про добро та зло, прекрасне та потворне зашифровані у певних символічних структурах. Будь-яка цінність співвіднесена із символом, вона не існує як певне абстрактне правило. Для того, щоб стати соціально значимою, цінність повинна бути представлена в якості символу. Іншими словами, у символі цінність матеріально, чуттєво фіксується, набуває матеріального буття» [5, 155]. Відповідно, впровадження у масову свідомість нових цінностей можливе передусім у вигляді міфу як «розгорнутого символу». Мова міфу проста та емоційна, і в цьому полягає його перевага перед науковим способом тлумачення світу. Отже, сучасний міф можна розглядати як «набір ціннісних уявлень, втілених у нарративній формі», що містить моделі інтерпретації та поведінки, які утворюють структуру і сучасної, і архаїчної свідомості.

Проте це не єдина важлива з позицій соціально-технологічного впливу функція міфу. Значення цього феномену в суспільстві зростає у кризові періоди: «У критичних ситуаціях людина завжди звертається до відчайдушних засобів. Наші сучасні політичні міфи якраз і є такими відчайдушними засобами. Коли розум не виправдовує наших очікувань, то завжди як *utilio ratio* залишається влада надприродного та містичного» [8, 59]. У таких умовах міф часто виконує функцію захисного механізму, перешкоджаючи розпадові соціуму.

Ще однією важливою функцією міфу є функція мобілізації. Цей аспект феномену – центральна тема у працях Ж. Сореля. Оскільки поведінку людини визначає не лише раціональний розрахунок, а й ірраціональні пориви, міф є головним духовним засобом мобілізації. Будь-який соціальний устрій, на думку Сореля, ґрунтується на такому світогляді, на такому розумінні соціального та політичного, яке принципово не зводиться до суто раціональних конструкцій. Суспільний устрій, таким чином, є результатом сукупності образів (міф) та волі народу (мобілізація) [13]. Міф, як зазначає Л. Воеводіна, «засадничо виступає як джерело масової енергії, її згусток, він здатний мобілізувати цілі групи людей до певних дій: чи це виконання релігійного ритуалу, революційний рух, вибори президента, чи здійснення престижної покупки під дією реклами» [6, 134].

Однак міфологічна свідомість є достатньо складним утворенням. Одні частини міфологічних структур свідомості є більш пластичними і легко змінюються зі зміною елементів соціальної структури. Інші, глибші пласти майже не змінюються і можуть «конфліктувати» з новими соціальними реаліями. Які ж «дисфункціональні» міфи проявляються сьогодні у поведінкових та моральних стереотипах населення України? Це, на нашу думку, міф про «мудрого вождя», який наведе у країні «порядок», міфологія «маленької людини», міфи про історичну «неповноцінність» та «бездержавність» української нації, міфологія «розколу» країни, міф про сакральність державної влади тощо. Наслідком цього є низький рівень політичної та громадянської активності, патерналістські установки, непотизм, низький рівень політичної та правової культури, втрата довіри до інститутів влади, авторитарні тенденції тощо. У результаті формальні демократичні та ринкові інститути не «наповнюються» відповідними соціальними практиками. Тому актуальною залишається проблема пошуку найбільш ефективних механізмів соціального міфотворення, які дають змогу розв'язувати подібні конфлікти між різними вимірами соціальної структури.

На сьогодні у роботах вітчизняних та закордонних дослідників описано кілька основних способів конструювання міфу: використання архетипів, зміна функцій мови, театралізація політичного життя, символізація та гіперболізація фактів і явищ дійсності тощо. Особливої уваги, на нашу думку, заслуговує підхід до проблеми міфотворення, що його запропонував французький дослідник Р. Барт.

Міф, на думку Р. Барта, – це семіологічна система другого порядку. Семіологічна система першого порядку є певним висловом, текстом, елементами якого є означуюче, означуване та знак. Знак – це будь-який об'єкт, наділений певним смислом, це матеріально виражена заміна предметів, явищ, понять у процесі обміну інформацією в колективі. Знак первинної семіологічної системи є лише означуючим у вторинній, міфологічній системі: «... міфічне повідомлення формується із деякого матеріалу, уже опрацьованого для цілей певної комунікації» [2, 73]. Елементами міфологічної системи є «смысл-форма», «концепт» та «значення». Матеріальними носіями міфу («смысл-форма») можуть бути: усна мова, письмове повідомлення, зображення, фото, кінофільми, рекламні повідомлення тощо. На думку Барта, головним для міфу є те, що «форма не знищує змісту, а лише збіднює його, відсуває на другий план, користується ним на власний розсуд» [2, 77]. Знак першої системи, стаючи формою для міфу, не втрачає в той же час свого смислу. Так, опубліковане у газеті фото

африканського солдата у французькій формі, яке аналізує Р. Барт, є одночасно і зображенням конкретної людини, і міфологічним втіленням концепту «Французька імперія». Створений за допомогою цього зображення міф можна так інтерпретувати: Французька імперія є великою сім'єю народів та рас, сім'єю, в якій немає експлуатації та сегрегації за расовими чи етнічними ознаками. Означуване (концепт) може мати кілька означаючих (концепт «Французька імперія» може виражатися не лише через фото африканського солдата). Чим більше означаючих, тим легше цей міф розшифрувати.

Унаслідок своїх соціалістичних переконань Р. Барт розглядає міф насамперед як інструмент маніпуляції, який використовують правлячі групи для збереження свого панівного становища. На нашу думку, це не зовсім точна оцінка ролі міфу, оскільки будь-яка технологія роботи із масовою свідомістю сама по собі не є функціональною чи дисфункціональною. Все залежить від того, як їх використовують: на благо суспільства (в цьому випадку ми ведемо мову власне про соціальні технології) чи з метою концентрації влади в руках правлячої меншості (в цьому випадку краще використовувати термін «політичні технології»).

Враховуючи зростання ролі аудіовізуальних засобів масової комунікації в сучасному світі, саме бартівська модель міфотворення видається нам найбільш продуктивною. Основою нової міфології, на нашу думку, мають стати такі концепти, як «національна ідея», «державність», «верховенство права», «солідарність» тощо. Реалізація подібного проекту вимагає поєднання зусиль не лише представників інтелектуальної, а й політичної, управлінської, економічної еліт.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Отже, соціальна міфологія є важливим фактором, який впливає на соціальні процеси. Будучи важливим елементом соціальної структури та масової свідомості, міф впливає на характер соціальних практик суб'єктів, які у свою чергу сприяють відтворенню або зміні соціальних інститутів і структур. Конструювання та поширення адекватної сучасним реаліям міфології дає можливість здійснювати вплив на соціальні процеси в сучасному суспільстві.

Список використаної літератури

1. Адорно Т. Диалектика просвещения [Текст] / Т. Адорно, М. Хоркхаймер. – М. : Медиум ; СПб. : Ювента, 1998. – 310 с.
2. Барт Р. Миф сегодня [Текст] / Р. Барт // Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – М. : Прогресс, 1994. – С. 72–130.
3. Бондарь О. П. Мифотехнологии в практике социальных коммуникаций [Текст] / О. П. Бондарь // Пресс-служба. – 2008. – № 6. – С. 34–38.
4. Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания [Текст] / П. Бергер, Т. Лукман ; пер. с англ. Е. Руткевич. – М. : Academia-Центр ; Медиум, 1995. – 323 с.
5. Бурлачук В. Символические системы та конструювання соціального смислу [Текст] / В. Бурлачук // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2004. – С. 147–155.
6. Воеводина Л. М. Мифология и культура [Текст] / Л. М. Воеводина. – М. : Ин-т общегуманит. исслед., 2002. – 384 с.
7. Гавра Д. П. Социально-коммуникативные технологии: обоснование категории [Текст] / Д. П. Гавра // PR-технологии в информационном обществе : материалы II Всерос. науч.-практ. конф., 10–12 нояб. 2004 г. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2004. – С. 10–16.
8. Кассирер Э. Техника современных политических мифов [Текст] / Э. Кассирер // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 7 : Философия. – 1990. – № 2. – С. 59–60.
9. Липпман У. Общественное мнение [Текст] / У. Липпман ; пер. с англ. Т. В. Барчунова ; под ред. К. А. Левинсон, К. В. Петренко. – М. : Ин-т фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
10. Лосев А. Ф. Диалектика мифа [Текст] / А. Ф. Лосев. – М. : Правда, 1990. – 558 с.
11. Мангейм К. Диагноз нашего времени [Текст] / К. Мангейм. – М. : Юрист, 1994. – 700 с.
12. Маркузе Г. Одномерный человек [Текст] / Г. Маркузе. – М. : ООО «Изд-во АСТ», 1994. – 526 с.
13. Сампьеру А. Жорж Сорель: социализм и насилие [Текст] / А. Сампьеру // Элементы. – № 7. – С. 7–13.
14. Шестов Н. И. Политический миф теперь и прежде [Текст] / Н. И. Шестов. – М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2005. – 414 с.
15. Щербина В. В. Проблемы технологизации социоинженерной деятельности [Текст] / Щербина В. В. // Социологические исследования. – 1990. – № 8. – С. 78–85.