

О. О. Кулініч,
канд. філол. наук

УДК 659.441

Міфи і PR-технології в сучасному суспільстві: специфіка співіснування

У статті зроблена спроба осмислити явища, які відбуваються в сучасному інформаційному суспільстві, яким чином вони впливають на міфи й технології у PR-галузі. Особливу увагу приділено технологізації суспільства, відповідно розглянуто співіснування PR-технологій і міфів. Крім того, визначено основні підходи до міфів у науці, узагальнено властивості міфів, виявлено зв'язки між минулим і сучасним у міфомисленні людини, висловлено думку про міф як амбівалентне явище, яке й допомагає людині осмислити дійсність і вводить її в оману.

Ключові слова: інформаційне суспільство, технологія, міф.

Питання про міфи, їх існування і функціонування в суспільстві було об'єктом особливої уваги вчених протягом ХХ – початку ХХІ ст. Останнім часом збільшився науковий і практичний інтерес до способів використання міфів та їх властивостей у різних суспільних галузях, зокрема в політиці та бізнес-сфері. Це легко пояснюється специфікою міфу, насамперед ірраціональною вірою в нього, яка, на думку вчених, властива людині. Особливо цікавим для сучасних дослідників є підхід до міфів як потреби людини, як до її своєрідного інстинкту.

Із трансформаціями, що відбуваються в сучасному суспільстві, змінюється і ставлення до міфів. Інформація про застосування міфів у PR-діяльності вже не є знанням для обмеженого кола людей.

Актуальність розвідки обумовлена спробою осмислити процеси, характерні для інформаційного суспільства, і яким чином вони впливають на ставлення сучасної людини до міфів і технологій у PR-галузі.

Метою розвідки є розгляд змін, що відбуваються в інформаційному суспільстві, і відповідних трансформацій у сприйнятті міфів і PR-технологій. Така мета передбачає розв'язання певних завдань:

1) визначити основні підходи до міфів у науці;
2) розглянути специфічні риси сучасного інформаційного суспільства, зокрема його технологізацію;

3) дослідити, як вплинули суспільні процеси на ставлення до міфів у PR-діяльності.

У ХІХ – на початку ХХІ ст. у науці з'явилася велика кількість досліджень міфів. Існуючі теорії міфу можна поділити умовно на такі:

1) теорії, які розглядають міф як небезпечне явище, що вводить людей в оману, тож відповідно з міфами слід боротися, і вони цезнуть із подальшим розвитком людства, отже, міфічне

мислення є протилежним науковому (Д. Баровз, Д. Бідні, Г. Ван Лір, Б. Рід, В. Куля та ін.);

2) теорії, які розглядають міф як прояв людської психіки, своєрідний інстинкт людини, відповідно у цьому світлі міф є додатком до науки (А. Бергсон, М. Еліаде, Е. Кассіер), а можливо, навіть і сама наука може створювати міфи (С. Оссовський, К. Р. Поппер).

Як слушно зауважує польська дослідниця Б. Шацька, більшість розвідок з міфів так чи інакше відповідає на запитання: якою є людина у своєму мисленні – раціональною чи ірраціональною? І відповіді на це запитання варіюються від неприхильного ставлення до ірраціональної природи людини до виразно схвального [1, 84].

Увесь багатий спектр існуючих досліджень міфів дає можливість зробити певні висновки:

- людина не є цілком і повністю раціональною у своєму мисленні, тож міфи будуть і надалі існувати в суспільстві;

- міфи мають амбівалентну природу, допомагають людині осмислити наш складний світ, водночас вони уводять людину від об'єктивної реальності.

Така складна природа феномена міфів призводить до того, що вони можуть використовуватись як засоби впливу на поведінку людей і навіть маніпулювання ними.

Розгляд різних підходів до вивчення міфу дає нам можливість узагальнити такі його властивості:

- міф пояснює;
- міф створює свою дійсність, в яку людина може вірити і некритично сприймати її;

- міф подає нам певні зразки, моделі значущої діяльності, прецеденти;

- міф пов'язаний із емоціями, а не раціо;
- міф розглядає світ дихотомічно (тобто ділить його на «своїх» і «чужих», «добрих» і «злих»).

Перелічені якості міфу роблять його привабливим для застосування в галузі зв'язків з громадськістю на сучасному етапі розвитку суспільства.



Розглянемо зміни, які відбуваються в інформаційному суспільстві і, відповідно, як вони впливають на PR-процеси. Для цього варто звернутися до досвіду вчених, які безпосередньо досліджують специфіку сьогочасного суспільства, зокрема: Д. Белла, У. Дайзарда, Е. Тоффлера, В. Іванова, А. Кисельова, Г. Почепцова, А. Чічановського, В. Щербини та ін.

Аналізуючи праці Д. Белла та Е. Тоффлера, В. Заріцька зазначає, що «специфікою розвитку суспільства є активізація й інтенсивність функціонування соціально-інформаційних технологій в усіх сферах суспільного буття» [2, 19]. Однією з основних ознак сучасності є підвищення ролі комунікацій, що дає можливість накопичення і досить швидкої передачі досвіду від одного покоління до іншого [2, 19]. Відповідно в сучасному інформаційному суспільстві «лише той, хто здатен швидше продукувати нову та корисну інформацію, має владу і вплив» [2, 19].

Швидке накопичення знань спричиняє швидкі зміни в соціумі. Одночасно людина тримається за усталені традиції в суспільстві й не може легко відійти від звичного порядку речей, хоч як швидко він застаріває. Таким чином, у сучасному житті ми спостерігаємо дві протилежні тенденції: швидка зміна способу життя співіснує з бажанням людини дотримуватися перевірених часом традицій, відчувати себе частиною певного угруповання, етносу, народу.

Накопичення знань і досвіду попередніх поколінь і швидка передача інформації спричинили явище соціальної технологізації. «Це перехід до створення новітнього соціального буття, в якому суспільні процеси відбуваються за принципами технологізації» [2, 19].

Тоффлер Е., який розглядав розвиток людської цивілізації як послідовну зміну «Трьох Хвиль», зазначає, що розпад цивілізації «Другої Хвилі» призвів до занепаду ментальної структури індустріальної ери, до розколу спільної психосфери й, відповідно, кризи особистості [3]. Можливо, криза попередньої структури суспільства спричиняє ще більше тяжіння до пошуку «істини» в минулому, в досвіді предків. З часом людині здається, що проблеми, які довелося пережити попереднім поколінням у минулому, є подоланими, вирішеними, не такими страхітливими, як проблеми сучасні, оскільки деякі з них важко досягнути і відповідно зрозуміти вихід із них. З часом людині легше усвідомити пережиті проблеми, які вже окреслилися і, можливо, були вирішені, або людині здавалося, що вони вирішені. Додамо сюди властивий людській психіці міф про золотий вік, і стає очевидною її пошана до минулого, повага до предків, шанобливе ставлення до історії для кращого розуміння свого існування зараз і перспектив у майбутньому.

Досліджуючи специфіку інформаційного суспільства, В. Заріцька спирається на авторитетну

історіографію цієї проблеми і зауважує: «Щоб створити здорову психосферу для завтрашньої цивілізації, слід взяти до уваги три головні потреби будь-якої особистості: у спільноті, у структурі, у значенні» [2, 19]. Розглядаючи ці три складові структури суспільства, вона наголошує на потребі людини у відчутті спільноти. «Спільнота виконує функцію порятунку від самотності, життєво-спрямовуючу й надає необхідне людині відчуття належності до певної групи» [2, 21]. Люди хочуть належати до соціальної групи, яка заслуговує на їхню повагу, симпатію та відданість. У наш час склалася ситуація, коли зруйновані «попередньо створені інституції, від яких залежала спільнота, а нові знаходяться в проєктивному стані або якщо й побудовані, то не набули загального визнання спільнотою» [2, 21]. Відчуття належності до певної спільноти дає людині міф.

Ще однією важливою особливістю сучасного суспільства є широкий доступ до інформації. На думку В. Заріцької, ця інформація має здебільшого організаційно-технічний характер. Суспільству необхідні системність, чітка стратегія розвитку і «головне – свідоме конструктивне бажання змін на краще» [4, 50]. На думку вчених, цю потребу може задовольнити знову-таки міф. У міфі зібрані мудрість і традиції минулих поколінь, причому досвід ірраціональний і трансцендентний (ці ідеї можна простежити в працях Ф. Ніцше, М. Мамардашвілі та ін.), через міф людина усвідомлює себе людиною. Тож міф у сьогочасному суспільстві так чи інакше задовольняє потребу людини в спільноті, структурі й сенсі існування.

У сучасному інформаційному суспільстві викристалізувалась така проблема: здобутки й успіхи в науці та практиці можуть як допомогти людині в її прагненні до самореалізації, так і бути маніпулятивними засобами впливу на масову свідомість (цю проблему зокрема зазначають В. Заріцька, Г. Почепцов та ін.). Таким чином, у сучасному суспільстві накопичення знань дає можливість створювати міфи, які через свою амбівалентну природу можуть як допомогти людині в її самореалізації, так і стати засобами впливу на цільову аудиторію для реалізації певних ідей, інтересів суб'єкта PR.

Болгарський філософ Н. Стефанов зазначив: «Там, де людина активно і цілеспрямовано ставить до навколишніх процесів, де намагається свідомо і планомірно змінити природне і соціальне середовище, там, у принципі, можлива технологія» [5, 182].

Дослідники В. Іванов і В. Патрушев вважають, що «за допомогою соціальних технологій (глобальних, інформаційних, політичних тощо) можливе своєчасне вирішення соціальних конфліктів, зняття соціальної напруги, запобігання катастрофам, блокування ризикових ситуацій,



прийняття оптимального управлінського рішення стало розвинутою». А саму суть соціальних технологій слід розуміти як «інноваційну систему методів виявлення і використання прихованих потенціалів соціальної системи, отримання суспільно корисних результатів за найменших затрат» [6, 3].

Сучасна людина впевнена в ефективності соціальних технологій. «Соціальні технології ...дозволяють не лише вивчати і передбачати різні соціальні зміни, а й активно впливати на практичне життя й отримувати запрограмований результат» [2, 23]. На думку дослідників, поява технологій – це «наочний приклад уміння людини діалектично поєднувати об'єктивне і суб'єктивне, могутність людини, яка оволоділа законами природи і суспільного розвитку» [7, 46].

Науковець М. Марков зазначав, що «для технологізації будь-якого процесу потрібні щонайменше дві умови. *По-перше*, сам процес повинен мати такий ступінь складності, який би давав змогу і потребував розчленування на відносно обумовлені частини. Отож потреба в створенні технологізації диктується, насамперед, самим об'єктом і ступенем його складності. *По-друге*, виявлення способів, які б давали змогу так систематизувати дії суб'єкта, щоб досягти максимального ефекту за мінімуму зусиль» [7, 44].

У сучасному суспільстві ці умови щодо міфів і засобів впливу на людей виконані. Технологізація охопила різні сфери, у тому числі й публік рилейшнз. «Технологізація дозволяє побачити всю сукупність засобів, що використовуються суспільством для його функціонування – від вищих органів управління державою до специфічних соціальних інститутів. У цьому і полягає специфіка технологізації суспільства» [2, 29]. Через зростання кількості інформації «поява соціально-комунікативних технологій передбачена потребою швидкісного і великомасштабного тиражування нових ідей і проектів, які б відповідали вимогам суспільства» [2, 23].

Явище технологізації сучасного суспільства виявляється також і в появі алгоритмів рішення соціальних завдань, не глобальних, а таких, що стосуються соціальної, економічної, політичної, моральної сфер тощо [2, 23].

По суті ми стали свідками процесу технологізації як управління суспільством у цілому, так і певних його сегментів. На нашу думку, технологізація сучасного процесу управління спричинила десакралізацію влади. Політикам все важче викликати в громадськості сакральне ставлення до себе. Політики можуть подобатися своєму електорату або розчарувувати його, можуть не викликати ніяких емоцій, тобто електорат може ставитися до політиків індивідуально. Проте минулого побожного ставлення до політичних лідерів у наш час досягти майже неможливо. Суцільна тех-

нологізація суспільства спричинила нове ставлення до політичних лідерів. Вони виконують певні правила суспільної гри, дотримуючись відповідних технологій у зв'язках з громадськістю. Цільова аудиторія схвально або несхвально спостерігає за їхніми технологічними ритуалами.

Заріцька В., спираючись на праці В. Патрушева та В. Іванова, наголошує на тому, що успішність соціальних технологій залежить від професійності їх впровадження. Проте, як на нашу думку, майстерне застосування технологій не є запорукою успішності вирішення певних соціальних конфліктів. Причина у тиражуванні та технологізації соціальних процесів: чітко визначений порядок дій, виконаних професіоналами, може досить швидко бути прийнятий суспільством як формальний порядок речей, а не ритуал, який повертає людині відчуття спокою, гармонії. Сучасній людині не вистачає сакральності у впровадженні певних дій PR-суб'єктів. Поняття сакральності, сакрального ставлення до речей притаманне людині, тісно пов'язане з властивостями міфів, зокрема беззаперечною, ірраціональною, емоційною вірою людини в міфи.

Тож не дивно, що дослідник М. Макайвер розділяє міфи і технології у суспільстві, на відміну від багатьох інших дослідників, які розглядають міф як сучасну PR-технологію. У своїй праці «Павутина уряду» вчений розділяє засоби панування над людьми на два класи – техніки і міфи. Техніки – це різноманітні вміння та способи маніпулювання, міфи – «насичені оцінками переконання та поняття, притаманні людям, згідно з якими і задля яких ті живуть» [1, 74]. На думку М. Макайвера, сукупність міфів створюється людиною, у них вона живе, відчуває єдність і сталість, «бачить і пізнає світ із криївки, якою є для неї її власний міф» [1, 74]. Отже, вчений розділяє міфи та технології і не розглядає ці поняття в категоріях правди і фальшу. На його думку, міф вказує цілі, а технології вчать, як їх досягнути.

Учені, які розглядають поняття «міф», незважаючи на різні підходи до цього феномена, зазначають давні корені цього поняття, називають міф потребою людини для пояснення світу, явищ навколо себе. А. Бергсон зокрема вважає природу міфу інстинктивною, тобто міфотворча функція психіки – це те, що у людини замінює інстинкт тварини.

Розглядаючи міфологічне світосприйняття людини, І. Гончарова у своїй дисертації визначає два періоди, які довелося пережити людству – дорефлексивний і рефлексивний: «життя у міфі» (коли міф для людини був реальністю) і період своєрідного усвідомлення міфу (коли міф став імітацією реальності) [8].

Аналізуючи дорефлексивний період в історії людства, тобто «життя в міфі», дослідниця звертає увагу на те, що це «перший стихійний досвід осяг-



нення людиною самої себе і природи, тобто перший досвід культурної роботи. Крушини цього досвіду пішли в безкінечні глибини людського і суспільного несвідомого і можуть з'явитись звідти, поповнюючи змістом архетипи – форми» [8, 15].

Очевидно, що з часом людина, хоч і змінюється, але і надалі зберігає попередній досвід. Деякі дослідники вважають, що в мисленні первісної і сучасної людини немає принципової різниці. Власне, ця думка доповнюється теорією про колективне несвідоме К. Г. Юнга.

Дослідник Е. Кассіреп уважав міф виявом певного типу свідомості, який учений називає міфічною свідомістю. Дослідник протиставляє міфічне мислення дискурсивному, але вважає, що вони можуть співіснувати. Протиставлення раціонального й міфічного мислення можна побачити у С. Оссовського. Він зазначав, що міфічні переконання ірраціональні, але людина вміє «ізолювати від нашого знання про дійсність, переконання, до яких зазвичай ми не прикладаємо запозичених із досвіду критеріїв. Таке переконання може співіснувати із знанням про факти, які йому суперечать» [1, 78]. Думки цих видатних дослідників підтверджують, що, незважаючи на зміни епох, людина не відмовилась від міфічного мислення. Збільшується питома вага раціонального, але людина залишається емоційною, ірраціональною.

Тож у сучасному суспільстві можна спостерігати співіснування міфів і технологій, які немов уособлюють у собі співіснування ірраціонального та раціонального в мисленні сучасної людини. У зв'язку з технологізацією суспільства і тиражуванням інформації людина втрачає сакральне ставлення до багатьох речей. Водночас міф – це галузь існування сакрального, якого людина прагне.

Таким чином, сучасні PR-технології, апелюючи до міфологічного мислення людини, намагаються викликати необхідну довіру через створення міфів, які в новому суспільстві мають технологічний характер. Суб'єкти PR шукають нові шляхи впливу на цільову аудиторію, засоби управління.

Співіснування міфів і технологій у сучасному суспільстві наптовхує на думку про паралель між цими поняттями і поняттями сакрального й профанного. Соціальні технології стали для сучасної людини засобом пошуку порядку в структурі суспільства, що розвивається. Та накопичені знання, що вилились у соціальні технології, стали й засобом маніпуляції свідомості людини як індивідуально, так і масово. Технології не в змозі повністю задовольнити потребу людини в пошуку гармонії, так само, як не задовольняють раціональні пояснення людини в існуючому порядку речей. Тоді на допомогу їй приходять міфи, які через свою складну природу допомагають людині доповнити картину світу, знайти свою інтерпретацію навколишніх подій і світу. Врешті-решт людина сама навколо себе створює міф про весільність соціальних технологій і незабаром бачить руйнацію цього міфу.

Дослідження міфів і технологій у сучасному суспільстві в цілому й у PR-галузі зокрема вбачається нам багатоплановим і перспективним, таким, що вимагає подальшої праці у цьому напрямі.

1. Шацька Б. Минуте – пам'ять – міф / Б. Шацька ; [пер. О. Герасим]. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2011. – 248 с.

2. Зарицька В. В. Новітня міфологія як елемент соціальних технологій: соціально-філософський аспект : дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03 / Віта Володимирівна Зарицька. – К., 2008. – 188 с.

3. Тоффлер Е. Третья Хвиля / Е. Тоффлер ; [пер. з англ. А. Євса]. – К. : ВД «Всесвіт», 2000. – 475 с.

4. Шевчук О. Е-Ukraine. Інформаційне суспільство: бути чи не бути / О. Шевчук, О. Голобуцький. – К. : ЗАТ «Атлант UMS», 2001. – 104 с.

5. Стефанов Н. Общественные науки и использование технологий / Н. Стефанов. – М. : Мысль, 1976. – 182 с.

6. Иванов В. Н. Инновационные социальные технологии устойчивого развития / В. Н. Иванов, В. И. Патрушев, Г. Т. Галиев. – Уфа : ООО «ДизайнПолиграфСервис», 2003. – 351 с.

7. Марков М. Технология и эффективность социального управления / М. Марков. – М. : Прогресс, 1982. – 267 с.

8. Гончарова І. М. Проблема міфологічного символізму в контексті культури : дис. ... канд. філос. наук : 09.00.04. / Ірина Михайлівна Гончарова ; Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 1998. – 148 с.

Подано до редакції 17. 09. 2013 р.

Kulinich Olena. Myth and PR-techniques in the modern society: peculiarity of coexistence.

The article is an attempt to understand the phenomena that occur in today's information society, how it affects the myths and techniques in PR industry. The special attention is paid to society technification, accordingly it is considered the coexistence of PR-techniques and myths. In addition, it is determined the basic approaches to the myths in science, it is summarized the properties of myths, it is indicated the connection between the past and the present in myths thinking of a person. It is expressed the view of myth as an ambivalent phenomenon, which also helps a person to understand the reality and misleads him/her.

Keywords: informational society, technique, myth.

Кулинич Е. А. Мифы и PR-технологии в современном обществе: специфика сосуществования.

В статье сделана попытка осмыслить явления, которые происходят в современном информационном обществе, каким образом они влияют на мифы и технологии в PR-отрасли. Отдельное внимание уделено технологизации общества, соответственно рассмотрено сосуществование PR-технологий и мифов. Кроме того, определены основные подходы к мифам в науке, обобщены свойства мифов, указано на связь между прошлым и настоящим в мифомышлении человека, высказывается мнение о мифе как амбивалентном явлении, которое и помогает человеку осмыслить действительность, и вводит его в заблуждение.

Ключевые слова: информационное общество, технология, миф.