

*Gerasimenko D. G., aspirant, Center for Humanities Education Sciences of Ukraine (Ukraine, Kyiv), dariababiichuk@gmail.com*

**The process of democratization in the modern world: a categorical imperative against a hypothetical**

*The article investigates the democratization process that occurs in the western world and moral ideals which determine the direction of building a democratic society today. Law and morality that after establishing positive rights are increasingly seen as separate spheres of social life, they require revision in the context of connection that exists between them. For Immanuel Kant state of civil society is equated with morality, why take the concept thinker moral and civil status. At the categorical imperative as a model for the implementation of public relations, Kant requires unconditional respect for moral norms of society. Limitations of the law and adherence to moral standards of citizens fear punishment, which provides a system of law, matches the characteristics of the hypothetical imperative. The article contrasted hypothetical and categorical imperatives as possible models of public relations within civil society and assesses compliance with both imperatives of modern society in different scopes, philosophical and political discourses.*

**Keywords:** democratization, civil society, the categorical imperative, the hypothetical imperative, morality, law, civil status.

\* \* \*

УДК 140.8(477)

**Гойман О. О.,**  
здобувач кафедри управління, інформаційно-аналітичної діяльності та євроінтеграції, Національний педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова (Україна, Київ), elenka\_02@i.ua

**ДЕТЕРМІНАНТИ СОЦІАЛЬНОЇ МІФОТВОРЧОСТІ**

*Аналіз причин появи і функціонування соціальних міфів необхідний для вивчення міфології в соціально-культурному й інформаційному просторі будь-якої країни. Мета нашого дослідження полягає у виявленні, узасальненні, систематизації детермінант процесу міфологізації та в розпізнанні їхньої специфіки. Зокрема, у статті окреслено і розглянуто основні детермінанти соціальної міфотворчості – комунікативну, гносеологічну, психологічну, соціальну, політичну й ідеологічну. При цьому наголошується, що з огляду на залежність соціуму від комунікації та інформації, провідною детермінантою вважатиметься саме комунікативна. Це пов'язано насамперед зі зміною значення інформаційної складової для всіх сфер суспільного життя, технологічними нововведеннями та глобалізацією. Тому важливу роль у створенні та поширенні соціальних міфів у сучасному суспільстві відіграють засоби масової комунікації, серед яких лідирують телебачення та електронні видання.*

**Ключові слова:** детермінанти соціальної міфотворчості, комунікація, масова свідомість, міф, соціальна міфологія.

XX–XXI ст. відзначені активізацією міфотворчості у багатьох суспільно важливих сферах, що пов'язано з низкою причин: нестабільною економічною й політичною ситуацією в світі, загрозою тероризму, погіршенням загального освітньо-інтелектуального та культурного рівня людей, прискоренням науково-технічного прогресу, зростанням ролі інформаційних процесів, кардинальними змінами способу життя тощо. За таких умов свідомість стає більш вразливою до сприйняття нав'язаних зовні численних міфів, тобто міфологізації, а також до реміфологізації. Крім того, провідним засобом управління як глобалізованим суспільством, так і окремою державою, стала соціальна міфологія. Тому актуальним питанням є окреслення і розпізнання специфіки детермінант соціальної міфотворчості.

Соціально-психологічні аспекти міфу та міфології розкриті В. Вундтом, Г. Тардом, З. Фрейдом, Е. Фроммом, К. Юнгом та ін. Принципи маніпулювання масовою свідомістю на міждисциплінарному рівні досліджувати Р. Барт, С. Кара-Мурза, Г. Осіпов, В. Полосін, Г. Почепцов та ін. Дослідження суспільно-політичних цінностей, вивчення міфологем на політичному ґрунті у сучасному українському суспільстві та діючих радянських міфів у свідомості українства, а також – різних аспектів соціальної міфології належать

О. Андрієнко, С. Грабовському, М. Михальченку, О. Полисаєву, Н. Пробийоголові, З. Самчуку, Ю. Серовій, А. Тихолазу, Д. Усову, Ю. Шайгородському та ін.

Передбачається, що провідними детермінантами соціальної міфотворчості є комунікативна, гносеологічна, психологічна, соціальна, політична й ідеологічна, а також культурологічна. Загалом же, враховуючи складність і багатогранність культурологічної детермінанти, це питання заслуговує на окреме дослідження, на чому зосередимося у наступних наукових розвідках. Для подальшого виокремлення детермінант міфотворчості, необхідно врахувати основні причини домінування міфу протягом усієї історії людства. Зокрема, на думку В. Полосіна, існує три основні причини невмирущості міфу навіть у період розквіту раціоналізму:

1) психологічна, що полягає у бажанні в майбутньому досягти далекого «золотого віку», тим самим надати осмисленість і відносну стабільність теперішньому та переконати в абсолютно стабільному майбутньому. Ця потреба проектується і на звичайні життєві ситуації, викликаючи відчуття відносної, тимчасової стабільності, соціального і особистого комфорту;

2) онтологічна причина. Сукупний досвід людства, накопичений до епохи раціонального пізнання, доступний обмеженій кількості еліти і відбитий в інакомовленнях, виявляється необхідним компонентом цілісного погляду на світ. Міф – унікальний засіб синтезу в пізнанні, без якого результати аналізу втрачають свою кінцеву цінність;

3) соціальна, адже міф виявляється об'єктивним й унікальним засобом збереження і використання сукупного суспільного досвіду, стає підсвідомістю суспільної свідомості [6, с. 41–44].

Сукупність цих причин не тільки зберігає, а й відтворює міфологічну свідомість, хоча б і в нових формах і з новими іменами [6, с. 41–44].

Ми розділяємо пропозицію М. Кастельса про необхідність виділити потужну комунікативну складову соціальної міфотворчості, що пов'язано з масштабним процесом глобалізації та стрімким розвитком засобів масової комунікації. Адже саме комунікативні нововведення можуть породжувати нові форми і види міфотворчості. Важливо відзначити, що постійне виникнення і швидке розповсюдження сучасних засобів комунікації спровокувало поступовий перехід від масового до так званого «мережевого» типу суспільства, у якому провідним є обмін інформацією за допомогою новітніх засобів комунікації. На думку М. Кастельса, «мережеве суспільство являє собою соціальну структуру, що характеризує, нехай і з великою різноманітністю проявів залежно від культурної та інституціональної специфіки, інформаційну епоху розвитку суспільства» [4, с. 25].

Функціонування Інтернету, мобільної телефонії та їх продуктивної інтеграції сьогодні спричинило паралельний розвиток соціальних та комп'ютерних мереж. Тому за таких комунікативних умов потенційно будь-яка людина одночасно поєднує функції комунікатора і реципієнта масового, групового та особистого (як анонітного, так і цілеспрямованого) спілкування. Саме інформаційне повідомлення може відзначатися різноманітною формою з додаванням відео, звуку, анімації тощо, при цьому адресат його поширює,

доповнює, змінює, пересилає або ігнорує. А теперішнє активне розповсюдження різноманітних гаджетів зумовлює збільшення кількості їх споживачів, що посилює залежність від інформації, поглиблюючи комунікативний процес.

Важливим аспектом переходу до мережевого суспільства ще й на тлі інтенсивного розвитку засобів масової комунікації є створення розгалуженої системи альтернативних засобів масової інформації: електронних версій друкованих видань, новинних стрічок різноманітних інформаційних агентств, інтернет-щоденників, блогів, форумів тощо. Характерною особливістю сьогодення є активне залучення можливостей Інтернету в різних цілях серед політиків і культурних діячів будь-якого рівня, тобто блогів або сторінок у глобальних соціальних мережах (Twitter і Facebook). Для ЗМІ – це авторитетне джерело інформації у відкритому доступі без прямого контакту з необхідною людиною, а для звичайних користувачів – можливість стати ближчими, хоч і віртуально, до свого кумира або іншої відомої особистості. У цілому подібна практика ведення своїх блогів, інтернет-щоденників тощо або віртуального спілкування посилюють принцип інтерактивності. Іншим наслідком такого явища є реальна можливість об'єднання людей в тимчасову або більш стійку соціальну спільноту з конкретною метою. Прикладом такого віртуального згуртування є заклик у соціальній мережі усім небайдужим вийти на Майдан після відмови колишнього Президента України підписати угоду про Асоціацію з ЄС або об'єднання волонтерів у волонтерські групи в соцмережах для реальної допомоги нужденним.

Власне, названі зміни сутності комунікативних процесів у сучасному світі дозволяють визнати комунікативну детермінанту однією з провідних у процесі соціальної міфотворчості.

Разом з тим особливості й тип затребуваних ЗМІ визначаються суспільними потребами і потребами часу. Тепер, як і останні два десятиліття, більшість українців вважають телебачення основним джерелом надходження інформації та провідним розважальним типом журналістики. У період з початку Революції Гідності до прихованого вторгнення Російської Федерації на Схід України саме телевізійні мас-медіа почали створювати героїчний символічний простір, що мав на меті не тільки актуалізацію патріотичних почуттів у населення, а й відволікання уваги від нестабільної соціально-економічної ситуації в державі. Крім того, простежується зміна пріоритетів у виборі героїв. Тепер це хоробрий і чесний солдат Збройних сил України, що захищає Батьківщину від окупантів-агресорів. При цьому і представники ЗСУ, й ворожі сили перебувають у площині насилля і агресії. Але перші з них є реальними героями і у свідомості більшості українців сприймаються схвально, у тому числі завдяки процесу позитивної міфологізації, оскільки солдати захищають рідну країну та її народ від подальшої інтервенції з боку сусідньої держави. Як правило, ці позитивні міфи народжуються «знизу», а не насаджуються «зверху», тому можна говорити про міфологізацію на рівні маси.

Одним із пояснень популярності телебачення сьогодні є переважання в сьогоденні візуальності. Це не нове явище, оскільки періодично в історії

людства виникають етапи, коли віддається пріоритет візуальності. Загалом більша довіра до візуальної комунікації викликана тим, що людство напрацювало більш потужні фільтри для аналізу вербальної інформації порівняно з візуальною. Свідомість визнає останню спорідненою з дійсністю внаслідок своєрідної будови візуального знаку, який має в собі необхідність відповідності до дійсності. Вербальний знак символічний. Письмо/друк використовує лише окремі елементи візуальності, створюючи більш авторитетний варіант комунікації [8, с. 32].

Таким чином, посилення ролі інформації та, відповідно, комунікації в сучасному суспільстві, повністю змінили цивілізацію. З огляду на вищевикладене, наше припущення про комунікативну детермінанту соціальної міфотворчості як одну з провідних не має сумнівів.

Наступною важливою детермінантою соціальної міфотворчості є гносеологічна. Відомо, що історично першою формою знання і світогляду є міфологія, яка складає невід'ємну частину культури. У давнину міф відіграв провідну роль у житті первісного суспільства, підтримуючи його цілісність і єдність. Людина через міф і ритуал пізнавала довколишній світ, почувала себе захищеною. Поступово міфологічні уявлення трансформувалися і змінилися, при цьому міф не тільки продовжував існувати у свідомості, а й виконував свої функції. У людства не зникла необхідність у пізнанні дійсності, пристосуванні до мінливої реальності, а також орієнтації в сучасному житті.

Нині за умов інтенсивного процесу глобалізації, розпаду цивілізації, руйнування звичних вірувань і цінностей, що складають духовну основу, суспільство прагне до нових способів осягнення реальності, вигадуючи нові міфи. Останні є гарантією спокою, надії та ладу. Сучасні міфотворці, усвідомивши неможливість придушення одвічних людських інстинктів (страху, тривоги, сподівання та ін.), просто переорієнтують їх. Тому як у давнину, так і сьогодні, міфологія виступає надійним психотерапевтичним засобом, заспокоюючи і надаючи надію на краще.

Міф створює такий образ дійсності, який має співпадати із цінностями і очікуваннями носіїв міфологічної свідомості. У цьому процесі провідна роль належить символізації, яка активізує механізм архаїзації свідомості, коли минулий час для людей видається значно привабливішим. Тому, наприклад, більшість мешканців колишнього СРСР з ностальгією згадують радянські часи. І цим же пояснюється підтримка людьми пенсійного віку нещодавно забороненої комуністичної партії на парламентських виборах в Україні. У підсумку, незважаючи на всі негаразди життя в СРСР і недосконалість марксистсько-ленінської ідеології, міфологічна свідомість ідеалізує радянське минуле.

Створення позитивної національної міфології набуває особливого значення в умовах глобалізації, коли національні, етнокультурні та державні цінності нівелюються. Тому виникає проблема національної ідентифікації, яку здатен розв'язати позитивний національний міф.

Таким чином, потреба в інформації, пізнанні дійсності, пристосуванні до мінливої дійсності, створенні обнадійливої і привабливої картини світу визначають гносеологічну детермінанту соціальної міфотворчості.

Наступною важливою детермінантою соціальної міфотворчості є психологічна, адже індивід потребує захисту від несприятливих (соціальних, політичних, економічних) факторів життя, від тиску жорстокої дійсності (соціуму), тому міф здатний надати людині ілюзію розуміння світу. Нагадаємо, що в підсвідомості наявні ті чи інші елементи міфологічної свідомості: ірраціональність, чуттєвість, образність, бажання вічності тощо. Значення основних міфологічних уявлень і образів співвідносяться з давніми людськими відчуттями, з базовими емоціями індивідів (любов, радість, подив, гнів, страх, голод, сексуальний потяг та ін.), з психологічними універсалами і архетипами. Саме прагнення набутти вічності і пов'язаний з ним пошук кінцевого смислу свого існування, усвідомлення власної смертності породжують у свідомості відповідні образи-символи. Тому єдиний для всіх міфологічних конструкцій архетип подолання смерті та досягнення вічного блаженного життя є підґрунтям практично всіх світових релігій. У буденній свідомості існують лише окремі міфологеми, що свідчить про розпад міфологічної свідомості. З огляду на це сьогодні основним видом міфологічних знань стали теологічні уявлення. У них відтепер перебуває міф саме як та частина буденної свідомості, яка зазнає найбільшого впливу з боку ідеології та теології [1; 6, с. 41–42].

На сучасному етапі сприятливим ґрунтом поширення міфів, зокрема й в Україні, є некритичне ставлення до реальності, потреба очікування дива, високий ступінь довіри до джерел інформації, особливо телебачення, спрощене сприйняття дійсності, а також домінування візуальної культури. Для почуття впевненості в сучасному мінливому світі масовій людині необхідні усталені/стійкі уявлення про світ, основою яких мають бути спільна ідея, що об'єднує минуле з теперішнім і майбутнім, і традиційні цінності. Саме останні були перевірені часом і в минулому мали позитивний ефект, тому їм індивід довіряє. Власне, появі соціальних міфів сприяють відповідний психологічний стан суспільства, відсутність політичної та економічної стабільності, наявність хиткого становища, коли посилюється ситуація і соціум може повірити в будь-яких ворогів або загрозу/катастрофу.

Цю думку поділяє і В. Півоев, для якого детермінантою появи міфів є утворення міфотворчої ситуації. Серед основних умов її виникнення «потреба в ілюзіях, високий рівень суспільної довіри, недостатній рівень загальної культури й достовірної інформації, емоційна напруга, колективність переживання і взаємозараження» [5, с. 98]. Ми поділяємо таку позицію, оскільки описані умови співпадають з реаліями сучасної української дійсності.

Більшість спеціалістів відзначають, що під час економічних і політичних криз, революцій або військових конфліктів активізуються архаїчні вірування і культури, з'являється зацікавленість містикією й астрологією, а інформаційний простір переповнений численними екстрасенсами й іншими провісниками «світлого» майбутнього. Зазначені процеси демонструють суттєві зміни в структурі суспільної та масової свідомості. Тобто спосіб пізнання дійсності більшістю людей в кризовий період стає міфологічним.

Зокрема, яскравим прикладом є сучасний інформаційний простір України. Після Євромайдану і Революції

Гідності з'явилися численні астрологічні, нумерологічні та інші прогнози від магів, екстрасенсів, астрологів, нумерологів, спеціалістів з езотерики щодо майбутнього нашої держави. Перманентно виникають пророцтва стосовно розвитку подій на Сході України, особливо в період загострення ситуації.

Архаїзація масової свідомості відбувається в декілька етапів: від соціально-психологічної кризи з посиленнями почуттями невдоволення через формування власних архаїчних структур і завершується її міфологізацією. При цьому в масовій свідомості містяться лише окремі елементи міфології. Власне, готові міфи, особливо політичні, є результатом роботи політиків або ідеологів та поширюються лояльними до останніх засобами комунікації [11, с. 23]. Гранична ситуація провокує масову свідомість на пошуки компенсаторних механізмів, найпростішим з яких виявляється процес її архаїзації.

Ми вже зазначали, що після розпаду СРСР була зруйнована радянська міфологічна модель світу. З позиції індивідуально-психологічного сприйняття окремої людини така масштабна суспільно-політична трагедія сприймалася як крах всесвіту. Для того щоб пристосуватися до нових умов життя, знадобився час – це період активної діяльності колективного несвідомого. Саме образи і символи останнього заповнюють ту порожнечу, яка утворилася після знищення звичної ціннісно-сміслової системи. За умови подібних суспільних змін у масовій свідомості раціональне витісняється ірраціональним. Тому часто повторюваний міф сприймається як істина.

На початку XXI ст. в Україні спостерігалася ілюзорна стабільність соціально-економічного і політичного життя, створеного у тому числі завдяки міфам. Світова фінансова криза 2008 р., а потім події 2013–2014 рр. суттєво позначилися на погіршенні добробуту пересічних громадян. При цьому відчувається глибоке масове розчарування, спровоковане владою, яка вже не одне десятиліття анонсує початок процесів демократизації, побудови громадянського суспільства та перманентного проведення реформ. Тому почуття тривоги, страху і нестабільності супроводжують нас у повсякденності. Внаслідок цього простежується тенденція бачити на чолі держави сильного лідера-патріота, який зумів би навести лад та об'єднати соціум. Це очікування позитивних змін – сприятливий ґрунт для міфотворчості. Можливо, тому поширені міфи про великого політика-вождя. Щоразу поява нової особистості в національному політикумі асоціюється в масовій свідомості з позитивними змінами. Причиною цього є вплив міфу, що зумовлює прихід даного політика. Для нього спеціально створюється міф, який формує «потрібне» світовідчуття і паралельну реальність, пов'язану з подіями і вигадками стосовно персони; обіцянки стабільності, закінчення війни тощо. Наділення міфологічними рисами людей або життєвих ситуацій підсилює їх вплив на масове несвідоме, згодом впливаючи на масову свідомість і поведінку.

Таким чином, активізація ірраціональних елементів підсвідомого, актуалізація певних архетипних конструкцій у період соціально-економічної, політичної та культурної кризи, відсутність стабільності та впевненості в майбутньому є підґрунтям психологічної детермінанти соціальної міфотворчості.

Соціальна детермінанта сучасної міфотворчості так чи інакше пов'язана з уже проаналізованими вище комунікативною, гносеологічною та психологічною. Одним з проявів соціальної детермінанти є замовлення держави (варіант – окремої політичної сили) на створення відповідної міфології, спрямованої на легітимізацію і зміцнення її влади.

Міфи давно не вважаються ознакою минулого і примітивного суспільства. Кожен з нас, не помічаючи цього, все життя живе в межах тих чи інших міфів. Персона політика будь-якого рівня зазвичай міфологізована. Створенням іміджу для суспільного або політичного діяча займаються іміджмейкери або політтехнологи, і це завжди є ефективною сферою для міфотворчості. Соціальні міфи виникають з певних суспільних, групових або особистих інтересів при використанні всіх можливих засобів.

Політичні міфотворці враховують, що в сучасному міфі віддзеркалюється певні бажання аудиторії [7, с. 170]. Тобто при створенні іміджу політика–лідера або партії враховуються соціальні очікування і сподівання електорату. Це можна простежити на прикладі політичних сил, які проходять у Верховну Раду України. Саме це, на нашу думку, дасть змогу проілюструвати соціальну складову сучасної міфотворчості.

Проте спершу вважаємо доречним наголосити на умовах «легітимізації» політичного міфу масовою свідомістю. На думку В. Полосіна, перше – це співпереживання, що проявляється і ґрунтується на «підсвідомій, ірраціональній переканості в наявності аналогії між нинішньою проблемною ситуацією і ситуацією з минулого, яка закодована в міфі і в якій уже відомий результат» [6, с. 169]. Така чуттєва віра трансформує міфічну історію в реальну модель для сьогодення і здатна спровокувати у свідомості «відчуття істинності» можливого політичного наміру. Отже, міф слугує стандартним прикладом, беззаперечним критерієм для сприйняття реальних ситуацій. Це завжди використовує правлячий клас для впровадження і подальшої популяризації загальнообов'язкових міфів і в цілому міфології, що дозволяє піднести право еліти на владу як обране, Богом дане.

Другою необхідною умовою легітимізації суспільною свідомістю політичної дії є індивідуальна відповідність особистості політика, тобто виконавця сучасного «бажаного», його міфічному прототипу [6, с. 170]. Будь-якому політичному суб'єкту для ідентифікації з міфічним зразком необхідно створити «свій» міф, щоб реципієнти підсвідомо ототожнювали реальну людину з її міфічним прообразом. У підсумку, головному персонажу «нового» міфу необхідно відповідати сталим архетипним конструкціям, які зберігаються в підсвідомості кожного індивіда.

Політичну культуру, з одного боку, визначають традиції, вірування, звичаї, які передаються з покоління в покоління, а з іншого – трансформація цих уявлень відбувається згідно з мінливими умовами політичного життя суспільства. Оскільки Україна тривалий час перебувала в складі СРСР, то політична культура тоді була чітко окреслена і максимально ідеологізована. Тим більше, що радянські вибори були формальними і створювали тільки ілюзію вибору, оскільки наперед були відомі їх результати. До цього слід додати і жорстку

цензуру, відсутність багатопартійності і політичного плюралізму.

Припускаємо, що активність міфотворчості в Україні може бути пов'язана з дискредитацією поняття «ідеологія». Радянську ідеологію, яка орієнтувала людей на хибний шлях – комунізм, визнали псевдонаукою та псевдорелігією. На початковому етапі це дозволило поширювати в пострадянському суспільстві демократичні цінності. У свідомості відбувалася руйнація тоталітарних ідеалів і нібито поступове утвердження демократичного мислення. Проте на практиці цей процес виявився тривалим і малоефективним, тому очікування кращого майбутнього змінилося розчаруванням. Колишні соціальні норми виявилися зруйнованими, а нові перебувають у зародковому несформованому стані. Як результат провідними деструктивними почуттями в суспільстві стали тривога, неспокій, заздрість, образа, озлобленість, розгубленість, розчарування і соціальний песимізм. Соціум почав морально й інтелектуально деградувати. Брак юридично закріпленої державної ідеології, що мала б відповідати національним інтересам, і відсутність стратегічного плану реформування країни призвели до зміни тоталітарної радянської міфології новою соціальною міфологією. Остання виконувала ідеологічну функцію і мала допомогти населенню пережити кризу кардинальної зміни соціально-політичного, економічного та культурного ладу.

У 2014 р. на позачергових виборах до ВР вперше за 23 роки комуністична партія не змогла подолати п'ятивідсотковий бар'єр. На нашу думку, цьому сприяли не тільки позиція українських комуністів спосовно Євромайдану і Революції Гідності, а й поступовий процес декомунізації, що розпочався після 1991 р. Для більшості українців марксистсько-ленінська ідеологія виявилася чужою і навіть беззаконною, особливо на тлі відкриття численних злочинів радянської влади проти України та її громадян, включаючи три Голодомори. Не додало політичних дивідендів КПУ її лояльне ставлення до Російської Федерації та заперечення російської військової агресії. Тому логічним підсумком стала не тільки заборона діяльності комуністичної партії, а й нещодавно ухвалений ВР пакет законів про декомунізацію (яка фактично є методом деміфологізації), яким передував так званий «ленінопад». Тобто на тлі складної соціально-політичної ситуації та війни на Сході України молоде покоління українців свідомо деміфологізує міфи радянської системи, у тому числі й ідеологічні. Натомість народ творить позитивні міфи, що стосуються минулого і сьогодення України (ідеалізація славетного козацького минулого, героїзація Небесної Сотні, подвиги «кіборгів» тощо).

Зміна політичних уподобань українців продиктована соціально-психологічними й ідеологічними чинниками. Ми вже відзначали, що під впливом Євромайдану, Революції Гідності, економічної, інформаційної та реальної війни з Російською Федерацією відбулася трансформація свідомості та світогляду громадян, а також активізація національної свідомості. Згідно з новими соціально-економічними, геополітичними і культурними перетвореннями в державі, певним чином модифікувалися обіцянки політиків. Однак політичний міф не потребує підтвердження своєї істинності, оскільки сприймається нами як реальність, над якою не

потрібно замислюватися. Для усвідомлення політичного міфу, безперечно, потрібне превалювання фактору віри, а для результативної «фіксації» в нашій свідомості – певних політичних ідей, слоганів, ритуалів, і необхідна успішна передвиборча кампанія. Саме тому остання використовує методи маніпуляції і реклами, створюючи в потенційного виборця далеку від реальності уявлення про конкретного політика або партію.

Сьогодні українство зазнало суттєвих соціокультурних модифікацій, що змінили свідомість, світогляд і поведінку народу. Фактично ми живемо на зламі культур, оскільки, з одного боку, переважає масова, а з іншого – вже активно функціонує постмодернізм. Провідною рисою сучасності залишається нездатність критичного сприйняття дійсності, а постійне перебування в стані кризи і нестабільності знищило раціональні основи пізнання в суспільстві. Потреба регламентувати реальність і спровокувала свідомість створювати і сприймати міф. Останній формує максимально спрощену паралельну дійсність за допомогою міфосюжетів, що спираються на систему символів. Міф згуртовує і навіть конструє суспільство, сприяючи безперервному процесу творення нових соціальних міфів.

Таким чином, політичним замовленням на створення позитивної міфології для легітимізації та зміцнення влади, відтворенням соціально-економічних очікувань електорату в передвиборчих міфах і обіцянках можна підтвердити функціонування соціальної детермінанти сучасної міфотворчості.

На сьогодні, на нашу думку, основними проявами як внутрішньої, так і зовнішньої міфологізації є політизація усіх сфер життя й ідеологізація дійсності. Відповідно до цього ми виділяємо політичну й ідеологічну детермінанти соціальної міфотворчості, які безпосередньо пов'язані одна з одною.

Незалежно від типу, будь-яке суспільство не може функціонувати без влади. Якщо в общині управління здійснювалося шляхом самоврядування, то регуляція відносин у класовому соціумі потребувала нових механізмів регулювання, тобто влади. Поступово склалася політична система, центром якої стала держава. Починаючи з Аристотеля, філософи підкреслювали найбільш характерну рису політики як суспільного явища – її прямий або опосередкований зв'язок з владою. Відтак функціонування сучасної держави безпосередньо регламентується політикою та ідеологією. Сучасний міф можна інтерпретувати в якості об'єднуючої ланки між особистістю, владними структурами та засобами масової комунікації. Вище зазначалося, що однією з характерних рис політичного міфу є те, що він завжди намагається стати реальністю. При цьому міф неодмінно спирається на архетип. Зауважимо, що у кожного народу протягом історичного розвитку склалися свої архетипні особливості. Для того щоб народ сприйняв і легітимізував політика, політичний образ останнього повинен співпасти з суспільними уявленнями про роль лідера. Тому при формуванні свого образу політик має використати певний національний архетип. Звісно, з урахуванням цього і вибудовуються політичні кампанії або окремих політиків, або політичних сил. Загалом же міфотворчість, лідер і політика створюють так би мовити нерозривну тріаду. У будь-якому політичному міфі завжди приховано інтереси

окремих особистостей або владних (провладних) груп. Звідси впливає головна функція політичного міфу – легітимізація владних структур і представників верховної влади в країні.

Важливою складовою політики є ідеологія. Остання уособлюється у відповідних суспільно-політичних доктринах, які становлять ідейну основу платформ політичних партій і суспільно-політичних рухів, з активним використанням міфу. Історія вже довела, що ідеологія перетворилася на ефективний інструмент політики, а відтак – легітимізації зовнішньо- та внутрішньополітичного курсу окремої держави. Прикладом беззаперечної дії міфологізованої політичної ідеології на громадян є, у тому числі, Російська Федерація. Таким чином, з огляду на сучасні умови розвитку суспільства доведено існування політичної та ідеологічної детермінанти соціальної міфотворчості.

Отже, виходячи з викладеного, виділено та проаналізовано специфіку таких детермінант соціальної міфотворчості: комунікативної, гносеологічної психологічної, соціальної, політичної й ідеологічної. Оскільки й надалі зберігається тенденція до збільшення кількості міфів, а цивілізація під впливом комунікаційних процесів продовжує зазнавати трансформацій, тема міфологізації масової свідомості та феномену соціальної міфотворчості не втрачають актуальності та потребують подальшого вивчення.

#### Список використаних джерел

1. Автономова Н. Миф: хаос и логос / Н. Автономова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://scepsis.net/library/id\\_165.html](http://scepsis.net/library/id_165.html) – Назва з екрану.
2. Андриєнко О. В., Андрєєва Т. О. Механізми соціальної міфотворчості в аспекті суспільства, що трансформується / О. В. Андриєнко, Т. О. Андрєєва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.stattionline.org.ua/pravo/62/8513-mexanizmi-socialno%D1%97-mifotvorchosti-v-aspekti-suspilstva-shho-transformuyetsya.html> – Назва з екрану.
3. Кастельс М. Галактика Інтернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс; [пер. с англ.]. – Екатеринбург: «У-Фактория», 2004. – 328 с.
4. Кастельс М., Киселева Э. Россия и сетевое общество / М. Кастельс, Э. Киселева // Мир России. Социология. Этнология. – 2000. – Т. IX, №1 (25). – С.23–52.
5. Пивоев В. М. Мифологическое сознание как способ освоения мира / В. М. Пивоев. – Петрозаводск: Карелия, 1991. – 111 с.
6. Полосин В. С. Миф. Религия. Государство: Исследование политической мифологии / В. С. Полосин. – М.: Ладомир, 1999. – 440 с.
7. Почепцов Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2000. – 768 с.
8. Почепцов Г. Г. Психологические войны / Г. Г. Почепцов. – М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2000. – 528 с.
9. Пробийголова Н. Технології деміфологізації українського виборчого процесу / Н. Пробийголова // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України. – 2013. – №4 (66). – С.157–173.
10. Серова Ю. В. Соціальна міфотворчість в контексті детермінант масового суспільства / Ю. В. Серова // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2013. – №56. – С.218–227.
11. Современная политическая мифология: содержание и механизмы функционирования / [сост. А. П. Логунов, Т. В. Евгеньева]. – М.: Российский гуманитарный университет, 1996. – 95 с.

#### References

1. Avtonomova N. Mif: haos i logos / N. Avtonomova [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: [http://scepsis.net/library/id\\_165.html](http://scepsis.net/library/id_165.html) – Nazva z ekranu.
2. Andrijenko O. V., Andrijeva T. O. Mehanizmy social'noi' mifotvorchosti v aspekti suspil'stva, shho transformujet'sja / O. V. Andrijenko, T. O. Andrijeva [Elektronnyj resurs]. – Rezhym

dostupu: <http://www.stattionline.org.ua/pravo/62/8513-mexanizmi-socialno%D1%97-mifotvorchosti-v-aspekti-suspilstva-shho-transformuyetsya.html> – Nazva z ekranu.

3. Kastel's M. Galaktika Internet: Razmyshleniya ob Internetе, biznese i obshchestve / M. Kastel's; [per. s angl.]. – Ekaterinburg: «U-Faktorija», 2004. – 328 s.

4. Kastel's M., Kiseleva Je. Rossiya i setevoe obshchestvo / M. Kastel's, Je. Kiseleva // Mir Rossii. Sociologija. Jetnologija. – 2000. – T. IX, №1 (25). – S.23–52.

5. Pivoev V. M. Mifologicheskoe soznanie kak sposob osvoenija mira / V. M. Pivoev. – Petrozavodsk: Karelija, 1991. – 111 s.

6. Polosin V. S. Mif. Religija. Gosudarstvo: Issledovanie politicheskoy mifologii / V. S. Polosin. – M.: Ladimir, 1999. – 440 s.

7. Pochepcov G. G. Imidzhologija / G. G. Pochepcov. – M.: Refl-buk, K.: Vakler, 2000. – 768 s.

8. Pochepcov G. G. Psihologicheskije vojny / G. G. Pochepcov. – M.: «Refl-buk», K.: «Vakler», 2000. – 528 s.

9. Probyjgolova N. Tehnologii' demifologizacii' ukrai'ns'kogo vyborchogo procesu / N. Probyjgolova // Naukovi zapysky Instytutu politychnyh i etnonacional'nyh doslidzhen' im. I. F. Kurasa NAN Ukrai'ny. – 2013. – №4 (66). – S.157–173.

10. Sjerova Ju. V. Social'na mifotvorchist' v konteksti determinant masovogo suspil'stva / Ju. V. Sjerova // Gumanitarnyj visnyk ZDIA. – 2013. – №56. – S.218–227.

11. Sovremennaja politicheskaja mifologija: soderzhanie i mehanizmy funkcionirovanija / [sost. A. P. Logunov, T. V. Evgen'eva]. – M.: Rossijskij gumanitarnyj universitet, 1996. – 95 s.

**Goyman O. O.**, external PhD student of the department of management, information, analysis and European integration of National Pedagogical University of M. P. Dragomanov (Ukraine, Kyiv), [elinka\\_02@i.ua](mailto:elinka_02@i.ua)

#### Determining factors of social myth making

*The analysis of reasons why social myths emerge and act is necessary for studying mythology in social, cultural and information spheres of any country. The aim of our research is determination, generalization and systematization of the factors which determine myth making process, and recognizing their specifics. Therewith, the author in her article emphasizes and studies the main determining factors of social myth making – communicative, gnosiological, psychological, social, political and ideological. Regarding social dependency on communication and information, communicative factor is considered the main aspect. This is connected first of all with the change in information itself and its meaning for all spheres of social life, technological innovations and globalization. For that reason means of mass media, especially television and electronic media, play the important role in social myth making and circulation.*

**Keywords:** determining factors of social myth making, communication, mass consciousness, myth, social mythology.

\*\*\*

УДК 165.192:005

**Гордієнко О. О.**,  
аспірантка кафедри соціальної філософії,  
філософії освіти та освітньої політики, Національний  
педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова  
(Україна, Київ), [olia.gordienko13@gmail.com](mailto:olia.gordienko13@gmail.com)

#### «М'ЯКИЙ» МЕНЕДЖМЕНТ У ПОСТМОДЕРНІ: АНАЛІЗ ПРАЦЬ ФРАНЦУЗЬКИХ МИСЛИТЕЛІВ

*Досліджено основні засади «м'якого» менеджменту в роботах сучасних французьких авторів-науковців постмодерну філософії. Мета статті – дослідити праці основних французьких філософів-постмодерністів на предмет необхідності запровадження механізму «м'якого» менеджменту. Проаналізовано сутність напрацювань таких відомих французьких мислителів сучасності як Ж. Ф. Ліотара, Ж. Бодріяра, Ж. Дельоаз, М. Фуко, тим самим виявлено характеристики «м'якого» менеджменту в постмодерній філософії. зі зміною актуальних концепцій сучасності розвитку суспільства невпинно змінюється і статус філософії: постмодерністська «парадигма» філософії парадоксально виявляється початком руйнування парадигмального способу мислення, шаблонного механізму дій, тоталітарного та всеохоплюючого пресуну не тільки в управлінні, а й в повсякденному житті.*

**Ключові слова:** «м'який» менеджмент, філософія сучасності, постмодерн, філософія постмодерну, сучасні тенденції розвитку суспільства, французькі філософи-постмодерністи, тенденції сучасності тощо.

У сучасному суспільстві м'які, непрямі методи управління стають все більш популярними. Зміна управлінської парадигми відбувається часом і в тих сферах, де раніше панувало пряме управління директивного типу – не тільки в державі, де більшість підприємств виведено з прямої юрисдикції адміністративного апарату, але до певної міри і в родині, освітніх та в медичних установах тощо. Відповідно стає актуальним пошук причин інтересу суб'єктів управління найрізноманітніших рівнів до «м'якого» менеджменту і прояснення цілей соціальних управлінців (мислителів, однодумців, практикантів, соціологів, політологів тощо), які впроваджують відповідні методи впливу на керовані підсистеми.

Відповідно *актуальність* даної статті полягає в нагальній суспільній потребі соціально-філософського осмислення «м'якості» серед сучасних концепцій постмодернізму французьких науковців-мислителів, основні умовиводи яких все більше переконують нас в необхідності форматування культурних, мовленнєвих, лінгвістичних цінностей в соціальному осередку, де на перший план виходять такі якості як людяність, м'якість, адаптивність, творчість, креативність, свобода тощо.

«М'який» менеджмент ще не досить глибоко укорінився в планетарному соціальному організмі, але досить стрімкими темпами завойовує його прихильність. Вважається, що «м'який» менеджмент бере початок з праці Джозефа С. Найя, написаній у 2004–му році: «М'яка сила: засіб досягнення успіху у світовій політиці». «М'яка сила» (англ. «Soft power» – м'яка сила, м'яка влада, м'яка міць) – концепція, розвинена для опису можливості отримати бажане через кооптацію (співробітництво) і привабливість на відміну від «твердої сили», тобто застосування примусових заходів або прямої оплати [9].

Як міжнародна спільнота, так і вітчизняний науковий простір, все більше уваги акцентує на загальних засадах, принципах та інструментах «м'якого» менеджменту. Найвидатнішими представниками наукової парадигми «м'якості» можна визначити таких вітчизняних науковців: В. І. Вернадський, Д. І. Блохінцев, В. П. Загонський, О. В. Палладій, С. Ю. Семківський, М. Г. Холодний, В. О. Юринець, Г. В. Щерба (дослідженням філософських проблем природознавства, спеціальної та загальної теорії відносності, квантової механіки і електродинаміки, мікробіології і фізіології рослин, біології головного мозку, сучасних філософських стратегій розвитку суспільства), К. В. Харченко («м'яке» управління: тактика чи стратегія), М. Ю. Велижанина («Мягкое право»), Г. О. Нестеренко («м'який» менеджмент як технологія управління персоналом на засадах самоорганізації), В. Г. Цапко («м'яке» управління природою), В. Ф. Семенов («м'який» підхід в екології), Є. Г. Матвіїшина (стратегічне управління як баланс «жорсткого» та «м'якого» підходу) тощо.

Міжнародну спільноту в контексті теми дослідження представляють наступні видатні мислителі: Ж. Ф. Ліотар (прийняття множинності самостійних і рівноправних елементів), Ж. Бодріяр (поява «м'якості» на протипагу появи «симулякрів»), Ж. Дельоз (симулякр руйнує старий, звичний світ, водночас будуючи новий), М. Фуко