

УДК130.2:165.191

Ю.В.СЕРОВА (кандидат філософських наук, асистент кафедри філософії гуманітарних наук)

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

E-mail: jsorrisa@yandex.ru

СОЦІАЛЬНА МІФОТВОРЧИСТЬ В КОНТЕКСТІ ДЕТЕРМІНАНТ МАСОВОГО СУСПІЛЬСТВА

В статті розглянуті теоретичні аспекти міфу та його місце в еволюції масової свідомості. Окреслюються основні детермінанти в процесі розвитку соціальної міфотворчості. Особлива увага приділяється механізмам формування міфологічних структур у сучасній масовій свідомості, який включає штучне створення, розповсюдження, а також адаптацію в масовій свідомості продуктів соціальної міфотворчості. При цьому констатується, що значну роль в поширенні соціальних міфів в сучасному суспільстві, відіграють засоби масової інформації, які, як наслідок, приймають активну участь в становленні суспільної думки та формуванні образу соціального світу.

***Ключові слова:** соціальний міф, соціальна міфотворчість, масове суспільство, маніпулювання, засоби масової інформації.*

Постановка проблеми

Загальна нестабільна економічна та політична ситуація в світі, яка склалась в кінці ХХ - початок ХХІ століття, відображається на всіх рівнях суспільної свідомості. В таких умовах активізується виробництво та поширення різних соціальних міфів, які сприяють подоланню, на рівні духовно-практичного світу, зростаючої невизначеності ситуації, й відтворенню ілюзорного образу соціальної реальності. Як показує історія, соціокультурні кризи різного масштабу в усі часи були поштовхом для оживлення міфічних форм культури, соціальної міфотворчості як процесу. При цьому особливого статусу соціальна міфологія набуває, у зв'язку з прискоренням науково-технічного прогресу, зростанням ролі інформаційних процесів, кардинальними змінами способу життя. Подібний стан соціокультурної системи, що виник в результаті глибинних трансформаційних процесів, орієнтованих на модернізацію, спостерігається й на сучасному етапі в нашій країні.

***Мета дослідження.** З огляду на вище зазначене, метою дослідження виступає наукове обґрунтування філософсько-культурного уявлення про соціальну міфотворчість як іманентну функцію людської свідомості, яка активізується в масовому суспільстві, формуючи образ соціальної дійсності завдяки силі навіювання та розвинутій системі соціальної комунікації.*

***Обговорення проблеми.** Відомо, що міфотворчість як явище соціальної реальності має позачасовий характер та продукується свідомістю суспільства протягом усього історичного розвитку людства. Більш того, міфотворчість залишається іманентною функцією людської свідомості, яка далеко виходить за межі традиційного суспільства, набуває, при цьому,*

нових форм, рис та смислів. Саме цим і пояснюється стійкий інтерес протягом вже багатьох століть до дослідження міфотворчості, зокрема до соціальної міфотворчості як соціокультурного феномену. Але справжній вибух дослідницького інтересу до соціальної міфотворчості припадає на початок ХХ століття.

Особливо значущими для досліджуваної теми є роботи, у яких піднімається проблема зв'язку соціальної міфотворчості з сучасною масовою культурою, а саме: Т. Адорно, Д. Бела, А. Вінера, А. Гулиги, П. Гуревича, Е. Кассіра, Т. Куна, Г. Маркузе, С. Московичі, Х. Ортегі-і-Гасета, Ж. Сореля, М. Хевеши та інших. Серед вітчизняних дослідників праці: О. Балли, І. Бойченка, Л. Губерського, Г. Носової, Т. Розової, А. Ставицького, Д. Усова та інших. Аналіз впливу масової комунікації на динаміку сучасної культури, роль засобів масової інформації, як каналу виробництва, трансляції та фільтрації соціальних міфів вивчалися такими дослідниками, як Г. Лассвелл, Р. Мертон, М. Маклюєн, М. Назаров, Е. Орлова, Г. Почепцов, В. Терін, Ю. Хабермас та інші. Однак, не дивлячись на різностороннє дослідження сучасної міфології, яке представлено широким колом наукових праць, варто визнати відсутність цілісного уявлення як стосовно процесу «міфотворчості», так і його результатах – соціальних міфах, що й зумовлює потребу розгляду соціальної міфотворчості в контексті детермінант масового суспільства. Особливого значення філософське осмислення процесу соціальної міфотворчості набуває ХХ – ХХІ століття, в світлі цілого ряду нових тенденцій в економічній, соціально-політичній та духовно-етичній сферах. При цьому особливу актуальність завданню соціально-філософського аналізу соціальних міфів та міфотворчої практики надають динамічно зростаючі процеси інформатизації та медіатизації суспільства, внаслідок чого значно зростають можливості та потенціал впливу соціальних міфів на суспільну свідомість.

Соціальні міфи багатьма дослідниками позначаються як соціально-політичні, оскільки потреба в їхньому конструюванні значно зросла з встановленням політичного порядку, заснованого на демократії, яка за своєю суттю передбачає інші способи впливу на маси, ніж при авторитарних чи тоталітарних режимах. Одним з таких найбільш поширених та ефективних способів впливу є маніпулювання суспільною свідомістю, потреба в якому не виникає в умовах авторитаризму чи тоталітаризму, де влада не розподіляється між громадянами, а зосереджується в руках монарха чи правителя, який володіє безсумнівним правом на панування. За умов такого панування відносини ґрунтувалися на відкритому, без маскуванню імперативному впливі – від насильства, придушення, панування до нав'язування, навіювання, наказу – з використанням простого примусу, і аж ніяк не на маніпулюванні, що є прерогативою демократичних режимів [1, с. 34].

Маніпулювання, як спосіб духовного впливу, направлено на психічні структури людини, здійснюється приховано і має на меті зміну думок, мотивів та дій людей. При цьому у людини відсутнє усвідомлення факту

управління з боку суб'єкта управління. Завданням маніпулювання тут виступає зміна й програмування мислення та поведінки людей всупереч їх інтересам, у потрібному певній владній або суспільній структурам напрямку. Таким чином, в сучасній науці розглядається: по-перше, маніпулювання як вид духовного, психологічного впливу (а не фізичне насильство або ж погроза насильства), де дії маніпулятора спрямовані на духовні та психічні структури людської особистості; по-друге, маніпулювання як прихований вплив, факт якого має бути непомітним для того, на кого він спрямований (об'єкт маніпулювання). Тому обов'язковою ознакою маніпулювання є приховування впливу, що може здійснюватися завдяки: цілеспрямованому створенню соціального міфу, за допомогою якого приховується мета й факт впливу; використанню спеціально організованих ритуалів, процедур, що маскують інформацію, під них зашифровану; використанню техніки, що містять у собі «граничне саморозкриття», «наївної щирості», «природної спонтанності» тощо. І по-третє, маніпулювання як вплив, що вимагає значної майстерності й знань. При цьому важливо розуміти, що будь-яке маніпулювання є взаємодією. Людина може стати жертвою маніпулювання лише за умови співучасті в цьому процесі та виступу в ролі співавтора. Результат будь-якого впливу залежить від того, ким і з якою ціллю конкретний міф впливає на свідомість та від сприйняття носієм даної свідомості змісту міфу. Чим більше значення повідомлення має для реципієнта тим більший вплив воно спричиняє і, водночас, чим більше розвинута рефлексія, тим менше він схильний до навіювання ззовні та маніпулювання. А тому лише якщо людина під впливом отриманої інформації зміла свої погляди, переконання, життєві орієнтири можна вважати, що маніпулювання відбулось. За умови, якщо людина починає сумніватися, захищаючи при цьому власну позицію, вона не стане жертвою маніпулювання. Так, за словами С. Кара-Мурзи: «Маніпулювання – це не насилля, а спокуса» [1, с. 19].

Хоча маніпулювання – це спосіб впливу на людину з ціллю модифікації її уявлень, смаків, поведінки, але відношення до маніпулятивних можливостей соціальної міфології, в наукових колах, неоднозначні. Так, одні дослідники вважають, що людина – це велика дитина, і маніпулювання її свідомістю (звісно, заради її власного блага) освіченим та мудрим правителем – не тільки є припустимим, але й кращим, «прогресивним» засобом. Наприклад, на думку багатьох філософів, перехід від примусу, тим більше із застосуванням насильства, до маніпулювання свідомістю – величезний крок вперед у розвитку людства. Прихильником такого підходу був Ф. Ніцше, більш того – ним була намічена тенденція до створення соціальної міфології як засобу маніпулювання суспільною свідомістю, яка отримала своє продовження в дослідженнях Ж. Сореля, О. Шпенглера та інших. Інші, навпаки, переконані – свобода волі людини, що за своєю природою передбачає володіння незатьмареним розумом і дозволяє робити відповідальний вибір (хай і помилковий) – величезна цінність. Ця категорія дослідників відкидає законність та моральне виправдання

Серова Ю.В., 2014

маніпулюванню свідомістю й вважає фізичне насильство менш руйнівним (якщо й не для окремого індивіда, то для суспільства в цілому), ніж роботизація людей. Існування таких протилежних позицій визначається, передусім, цінностями та ідеалами, що притаманні кожній людині, а тому відокремлювати одну з них як єдино вірну було б помилковим. Тим не менш, питання етичності маніпулювання залишається, на сьогоднішній день, відкритим.

Маніпулювання пов'язане з цілеспрямованим впливом суб'єкта на об'єкт для досягнення раніше спланованих результатів. Звідси, суб'єктом маніпулювання є особа або група осіб, в інтересах яких здійснюється маніпулювання. Як правило, суб'єкти маніпулювання становлять від 1 до 3% населення. До них приєднуються близько 20% «інформованої» аудиторії, що володіє правильною інтерпретацією відомостей та розуміє, що відбувається. Саме із цієї аудиторії рекрутуються медіатори, групи тиску й підтримки, люди, що здійснюють вплив на об'єктів маніпулювання [1, с. 132]. Динаміка й характер суспільства багато в чому залежать від цих двох груп (дана обставина тільки підсилюється в перехідні періоди). Особистісні характеристики об'єктів маніпулювання істотно впливають на цикли, методи, утримування й характер маніпулятивного впливу, на функціонування й розвиток суспільства. Об'єктом маніпулювання виступає більшість, на яку й спрямований маніпулятивний вплив. При цьому важливо зазначити, що згідно з Х. Ортега-і-Гасетом, сам феномен маніпулювання в принципі притаманний людству з самого початку його існування, але фактично він не отримав значного розповсюдження через особливість соціально-політичних умов. Так, про цілісний феномен застосування маніпулювання ми можемо говорити лише з часу виходу на арену історії мас. Оскільки феномен мас й способи керування ними стали проблемою, яка бере свій початок з того моменту, коли маси отримали можливість впливати на хід подій і на політику, наприклад, за допомогою голосування чи повстання. Виникненню та розвитку масового типу суспільства сприяв цілий ряд факторів, серед яких центральне місце займають науково-технічний прогрес та тісно з ним пов'язаний розвиток засобів масової інформації.

Поряд з цим, великих масштабів досягає масове виробництво й масове споживання, що призводить до певної стандартизації потреб та способів їхнього задоволення. Маси виникають там, де люди позбавлені свого справжнього обличчя, коріння та ґрунту, де вони стали керованими й взаємозамінними. Все це відбулося в результаті технічного розвитку й досягає все більшої інтенсивності в наступних своїх ознаках: примусова, безглузда праця, розвага як заповнення дозвілля, життя як постійна нервова напруженість тощо [2, с. 143]. Таким чином, панування маси, за К. Ясперсом, є явищем сучасного часу і, більш того, воно є характерним для всіх демократичних країн з високим рівнем розвитку техніки. Масовизація суспільства отримала досить суперечливі характеристики в роботах дослідників. Так, одні розглядають масове суспільство як занепад культури,

Соціальна міфотворчість в контексті детермінант масового суспільства

обезлюднення людини, «шлях розкладання людського буття» (Ф. Ніцше, К. Ясперс); інші – як неминучий та закономірний факт цивілізаційного розвитку (К. Мангейм, С. Московичі, Х. Ортега-і-Гасет, Е. Фромм, Е. Тоффлер, О. Шпенглер).

У даному випадку під масою, яка й становить основу такого масового суспільства, мається на увазі велика група людей, що діє як єдине ціле, при цьому індивіди в ній набувають нових якостей. Особливе бачення навколишнього світу й самого себе, що здобуває людина, ставши частиною маси, є сприятливим підґрунтям для маніпулювання. Це пояснюється, передусім, такими її властивостями, як некомпетентністю та мало освіченістю маси, її нездатність самостійно вирішувати питання свого існування. Така незрілість маси, відсутність у неї суверенітету дають можливість практично безмежного впливу суб'єктів маніпулювання, затвердження потрібного штучно створеного соціального міфу. При цьому цілеспрямована діяльність по маніпулюванню масовою свідомістю за допомогою спеціально сформованого для цього ланцюга соціальних міфів, включає в себе не лише соціальну міфотворчість, а й адаптацію створених міфів у масовій свідомості. Зокрема, французький дослідник Г. Лебон звертав особливу увагу на те, що натовп, маса, не має критичної свідомості, що вона мислить не категоріями, а образами, які можуть бути досить далекі від реальності. Більше того, згідно з його думками, видимість в історії відігравала значно більшу роль, ніж реальність.

У роботі «Повстання масс» Х. Ортега-і-Гасет для характеристики сучасної свідомості вводить термін «людина масова». Під даним поняттям розуміється людина, яка втратила свою індивідуальність та почуває себе «як усі». Іншими словами, будучи компонентом маси, людина відчуває свою повну ідентичність з усіма навколо. Більше того, характерною рисою такої людини є відсутність критичного відношення, невтримна експансія, «вроджена невдячність до всього, що зуміло полегшити її життя» [3, с. 44], нігілізм, егоцентризм, самовдоволення та невігластво. Людина «в масі спускається на більш примітивний інтелектуальний та емоційний рівень» [4, с. 90], стає часткою безособового натовпу, статистом, виконавцем ролі, що нав'язується їй ззовні. В такої людини несвідоме переважає над свідомістю, вона більш легко піддається впливу й навіювані ідеї мають тенденцію до невідкладного здійснення. Це певний гіпнотичний стан за якого дії масової людини набувають спонтанного характеру, поривчастості тощо. Отже, завдяки легковірності маси, її схильності до впливу, некритичному відношенню до того, що навіюється, порівняно легко знаходить свій шлях до свідомості «масової людини» соціальний міф. У результаті чого маса підпадає під «магічну владу слів», які здатні як спонукати агресію й ненависть, так і придушувати їх. А чим менше маса здатна раціонально усвідомлювати соціальні явища, що її оточують, тим сильнішою є потреба в міфологічному сприйнятті. У цьому випадку розумні доводи й докази замінюються певними словами й формулами, потрібно їх лише промовити, як вони починають діяти, в заданому напрямку, що можна порівняти з Серова Ю.В., 2014

магічними іменами, словами й формулами у примітивних народів [5, с. 20]. Тому соціальні міфи, що відігравали й продовжують відігравати важливу роль у житті, світогляді й поведінці сучасної людини, спираючись на психологію маси або натовпу, як її неорганізованої форми.

Отже, масовизація стає неминучою особливістю цивілізаційного розвитку, вона поширюється на всі сфери життя: матеріальне, нематеріальне виробництво, дозвілля, спілкування, політику. Масовизація в соціально-політичній сфері суспільства призвела до зростання кількості людей, які беруть участь в різних акціях (в тому числі й політичних), відповідно змінився склад їхніх спільностей, ускладнилися й розширилися соціально-політичні відносини. Відповідно саме масовизація суспільного життя на початку ХХ ст. й стала головною передумовою маніпулювання, і саме тоді можна говорити про початок широкого його застосування. Особливе місце в маніпулятивному процесі займають засоби масової інформації. Сучасні засоби масової інформації повністю контролюють поширення інформації, що визначає уявлення людини, установки, і зрештою її поведінку. Тим самим ЗМІ фактично впливають на процес соціалізації, у ході якого відбувається конструювання світу віртуальної реальності на рівні особистості. Навмисно фабруючи повідомлення, що спотворюють реальну соціальну дійсність, вони здійснюють маніпулятивний вплив на масову свідомість.

І якщо ще відносно недавно такі засоби маніпулятивного впливу, згідно з К. Марксом, як друк та радіотелеграф відкривали значні можливості для фабрикації та поширення соціальних міфів. То з переходом від культури слова до культури наочних образів шляхом розширення візуального компонента сприйняття світу й активізації образного мислення виникає ще більш потужний фактор, що зумовлює міфотворчість та тиражування соціальних міфів у масовому суспільстві. Можливості для виникнення та поширення масового соціального міфу, а також можливості для зловживання ним з допомогою засобів масової інформації в сучасному суспільстві не зменшились, а навпаки, багато в чому збільшились. До речі, такий перебіг подій передбачав К. Ясперс. Він вважав, що людство перебуває на межі нового «осьового періоду», першого за всю історію періоду, коли земна куля об'єднається мережею телекомунікацій, що може виявитися критичною крапкою в духовному розвитку людства. Під впливом сучасних ЗМІ відбувається певна стандартизація суспільної свідомості. Подача інформації сучасними ЗМІ, найпоширенішим з яких є телебачення, на думку більшості вчених, активізує механізми міфологічного мислення й відповідно ініціює соціальну міфотворчість.

Початок ери вибухового розвитку телебачення й надалі електронних мас-медіа взагалі призвело до того, що соціальні міфи почали поширюватися з небаченою раніше швидкістю. Як наслідок, масова свідомість піддалась глибокому психологічному впливу з боку засобів масової інформації. А сучасна масова культура стала не лише індустрією розваг, але й індустрією по виробництву та поширенню міфів. Так, Соціальна міфотворчість в контексті детермінант масового суспільства

досліджуючи вплив електронної культури на свідомість, В. Терін, відзначає наступну особливість зорового сприйняття телевізійних образів: «Сприйняття телеглядача повинне будуватися відповідно до норм телевізійного зображення (інакше він його просто не побачить). Для того, щоб у нього зберігалися цілісність та смислова єдність, йому необхідно безперестанно втримувати та поєднувати елементи телевізійної мозаїки, зіштовхуючи їх між собою, добиваючись ефекту резонансу, тим самим, формуючи й утримуючи у своїй голові кулеподібний «космос» миттєво виникаючих при цьому зв'язків» [6, с. 78]. Таким чином, з допомогою телебачення створюється віртуальна, міфологічна реальність, котра насаджується мільйонам телеглядачів. Телебачення знижує критичність сприйняття інформації. Сам же телеглядач сприймає чужий погляд на речі та події, що відбуваються в світі, за свій власний. І в цій підміні криється одна з розгадок впливу телебачення на людей. Більш того, електронна культура активізує мислення, в якому задіяна права півкуля мозку, що, на думку дослідників, домінує в міфологічному мисленні.

Поява нових інформаційних технологій вплинула на форму, зміст та способи масової трансляції міфологічних установок. Як наслідок, превалювання автоматичного мислення, обумовленого прискореним темпом життя, великим обсягом та мозаїчністю інформації, що ставить сучасне суспільство в умови, коли воно неспроможне сприймати у повному обсязі інформацію надану ЗМІ. Але водночас й зовсім без інформації людина не може, оскільки це дає їй змогу орієнтуватися в соціальних процесах. Тому ЗМІ доводиться виступати провідником та пропагандистом ідей, своєрідним маяком. Завдяки створенню інформаційного, часто інтерактивного зв'язку між окремим ЗМІ та споживачем, виникає можливість впливу на суспільну свідомість. Саме характер і спрямування інформації на різні верстви населення дає змогу ЗМІ виконувати своєрідні управлінські функції та надає можливість здійснення маніпулювання масовою свідомістю. Так, сьогодні в світі діє всеохоплююча, технологія державного маніпулювання, що базується на систематичному впровадженні в масову свідомість соціальних міфів.

Маніпулювання, будучи одним із основних засобів соціального впливу, базується, насамперед, на повному контролі на всіх рівнях та використанні інформаційного апарату й апарату формування ідей. Володіти й управляти засобами масової інформації, як і всіма іншими видами власності, можуть лише ті, у чиїх руках капітал. А той, «хто володіє інформацією, володіє всім», адже інформація сьогодні – це джерело реальної сили (радіо- й телекомпанії, газети, журнали, видавництва належать конкретним корпораціям). Таким чином, апарат завжди готовий до активної, домінуючої участі в маніпулятивному процесі. Будучи основним інструментом розповсюдження повідомлень, що впливають на суспільну свідомість, ЗМІ пропускають всю інформацію крізь себе, як через «фільтр», в результаті чого відокремлюють лише деякі елементи з суцільної маси, надаючи перевагу одним, залишаючи в тіні інші. Що дає привід говорити Серова Ю.В., 2014

про маніпулятивний характер впливу ЗМІ. Не останню роль в такому впливі відіграють спеціальні способи перетворення та подачі інформації, що може здійснюватись кількома способами:

– викривлення інформації (від відкритої неправди до зміщення поняття по семантичному полю) дозволяє коректувати ступінь й міру психологічного впливу, виготовляти такий образ реальності, у якому головне не реальність, а те, як її хочуть подати, як організують те, що треба в ній побачити;

– приховування інформації (умовчування, вибіркова подача матеріалу);

– маніпулювання способом подачі матеріалу (повідомлення має бути сприйняте потрібним відправнику чином). Варто пам'ятати, що дозована інформація не дає можливості ефективно нею скористатися. Сюди належить й цілеспрямоване компонування тим, що повинно наводити одержувача інформації лише на певні очікувані висновки;

– маніпулювання з часом подачі інформації. Порядок подачі відомостей, час їхнього озвучування й обговорення безпосередньо впливають на оцінку й засвоєння інформації;

– перевантаження адресатів відомостями, відібраними за певним параметром, що переслідує, насамперед, мету змусити адресата відмовитися від наведеної інформації. Часто з цим пов'язане формування в адресатів переконання в тому, що інформація їм не потрібна або вона для них у край небезпечна.

Таким чином, здійснюється маніпулювання за допомогою методів підсвідомого стимулювання, коли ставлення аудиторії до тих або інших явищ навколишнього середовища формується за допомогою соціальних міфів, які впроваджуються в потік «організованих» новин, автоматично викликаючи в масовій свідомості негативну або позитивну реакцію на конкретну подію. Завдання ЗМІ тут полягає в процесі переконання – створити міцне, стійке відношення до даного явища, але не лише формування переконань, але й спонукання до дії, виховання певних звичок. Це дозволяє говорити про те, що успіх маніпулятивного впливу визначається характером інформації, її перетворенням, манерою подачі та поширення, а також якостями самого об'єкта.

Висновки

Отже, можна констатувати, що міфотворчість як об'єктивне явище соціальної реальності має позачасовий характер та супроводжує людство протягом всього історичного розвитку й у всіх сферах його діяльності. Потужним фактором, який активізує соціальну міфотворчість у сучасному суспільстві є засоби масової інформації. Вони беруть активну участь у формуванні суспільної думки, маючи можливість передавати великі об'єми інформації на численні аудиторії, і тим самим активно впливати не лише на індивіда або окремі групи, а й на маси. З цієї точки зору засоби масової інформації можна розглядати, як канал формування масової свідомості та поширення соціальних міфів, впровадження їх в масову свідомість.

Список використаної літератури:

1. Кара-Мурза С. П. Манипуляция сознанием / С. П. Кара-Мурза– К.: Ориани, 2000. – 448 с.
2. Ясперс К. Смысл и назначение истории / К. Ясперс; пер.с нем. М. И. Левина, сост. П. П. Гайдейко. – 2-е изд. – М.: Республика, 1994. – 527 с.
3. Ортега-и-Гассет Х. Избранные труды / Х. Ортега-и-Гассет; пер. с исп. А. М. Руткевич. – М.: Весь Мир, 1997. – 704 с.
4. Фрейд З. По ту сторону принципа удовольствия / З. Фрейд; пер. с нем. А. А. Гугнин. – М.: Прогресс, 1992. – 569 с.
5. Фрейд З. Тотем и табу. Психология первобытной культуры и религии / З. Фрейд – СПб.: Алтея, 2000. – 223 с.
6. Терин В. П. Электронное мифотворчество для всех (мозаичная информация, мифологическая действительность и наше сознание) // Мир психологии – 2003. – № 3 (35). – С. 75-80.

REFERENCES (TRANSLATED & TRANSLITERATED)

1. Kara-murza S. P. Manipulation of consciousness / S. P. of Kara-Murza– K.: Oriyani, 2000. – 448 p.
2. Jaspers K. The Origin and Goal of History / K. Jaspers. – М.: Republic, 1994. – 527 p.
3. Ortega y Gasset J. Select works / Ortega y Gasset J. – М.: The whole world, 1997. – 704 p.
4. Freud Z. That side of principle of pleasure / Z. Freud. – М.: Progress, 1992. – 569 p.
5. Freud Z. Totem and taboo. Psychology of primitive culture and religion / Z. Freyd – SPb.: Althaea, 2000. – 223 p.
6. Terin V. P. Electronic mythcreation for all (inlaid information, mythological reality and our consciousness) // World of psychology – 2003. – № 3 (35). – P. 75-80.

Ю.В.СЕРОВА (кандидат философських наук, асистент кафедри філософії гуманітарних наук)

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченка, Киев

E-mail: jsorrisa@yandex.ru

**СОЦИАЛЬНОЕ МИФОТВОРЧЕСТВО В КОНТЕКСТЕ ДЕТЕРМИНАНТ
МАССОВОГО ОБЩЕСТВА**

В статье рассмотрены теоретические аспекты мифа и его место в эволюции массового сознания. Очерчиваются основные детерминанты в процессе развития социального мифотворчества. Особое внимание уделяется механизмам формирования мифологических структур в современном массовом сознании, которые включают искусственное создание, распространение, а также адаптацию в массовом сознании продуктов социального мифотворчества. При этом констатируется, что значительную роль в распространении социальных мифов в современном обществе, играют средства массовой информации, которые, как следствие, принимают активное участие в становлении общественной мысли и формировании образа социального мира.

Ключевые слова: социальный миф, социальное мифотворчество, массовое общество, манипулирование, средства массовой информации.

Y.SEROVA (PhD, Assistant Professor, Department of Philosophy Humanities)

Kyiv National Taras Shevchenko University, Kyiv

E-mail: jsorrisa@yandex.ru

**SOCIAL MYTHCREATION IS IN THE CONTEXT OF DETERMINANT OF
MASS SOCIETY**

Terms are examined in the article, that activate social mythcreation specific features and

essence descriptions of social mythcreation, promote, character and process of origin of social myth turns out as to the method of design of social reality. Mythcreation has deep roots. All history and culture of humanity is related to its reality. It is the most early method of generalization, comprehension and maintainance for the next generations of the accumulated experience of the collectively carried out life. Marked, that mythcreation does not disappear from everyday life of humanity, but accompanies him in future, continuing to play an important role in adjusting of conduct of modern man. And on the present stage of development of society social mythcreation is the important element of mechanism of management and influence people on consciousness. In the article mythcreation as purposeful is examined activity, where a myth is produced in obedience to a select purpose. Purposeful mythcreation foresees plugging in this process of creative subject necessarily. There can be public authority, individual them, mass medias and others like that. But alongside this mass (newspapers, radios, television, network, are the Internet) medias are by a powerful and effective factor (by the source of social mythcreation) which predetermines social mythcreation, as their activity is related to distribution and planting of artificial mythological constructions, engulfing the greater amount of people as possible. Social mythcreation more tests influence of purposeful rational action the result of which is a myth with a thinking over project. The purposeful producing of social myths is converted by mythcreation (production, storage, distribution and processing of the special «standards», templates, in accordance with interests of separate groups of people) on adjusted industry of myth. Established thus, that considerable role in distribution of social myths in modern society, play mass medias, which, as a result, accept active voice in becoming of public idea and forming of appearance of the social world. An important role is here played by the special methods of transformation and serve of information which can be carried out a few methods: curvature of information; concealment of information (silence, selective serve of material); manipulation of serve of material a method; manipulation in course of time of serve of information; overload of addressees by information, selected after a certain parameter. Parameters of situation, which create myths are examined in the article: it is a requirement in illusions and character of its satisfaction; level of public trust; level and character of general culture (the people of different culture are variously added with myths and perceive different myths: for intellectual persons necessary mythological constructions are more refined); material well-being information (both surplus and lack of information); emotional tension (on the basis of fear or hunger); collectivity of experiencing; psychological and cultural with ethnic features. The special place in the process of mythcreation occupies perception «mythological». If story, constructed reality will not be perceived an audience, mythological reality will become a fairy-tale, but not reality only. The result of influence of social myth can be: action; change of character of action; forming or change of looks is to the event or phenomenon; inactivity as active position. That the ultimate goal of social myth is a motive to the concrete social reaction by forming of the desired presentation.

Keywords: social myth, social mythcreation, mass society, manipulation, mass medias.

Стаття надійшла до редколегії 03.12.13р.

Прийнята до друку 08.12.13р.

Рецензент: к.ф.н., доц. Богуславська О.Г