

## **Мифологизация реальности и реальность мифа в культуре информационного общества**

© А.В.Чернышёва

МГТУ им. Н.Э. Баумана, Москва, 105005, Россия

*Сделан анализ состояния феномена мифа в контексте культуры информационного общества. Основное внимание уделено рассмотрению факторов, способствующих зарождению, становлению и функционированию мифов в культуре информационного общества. Подробно проанализированы новейшие информационные технологии, которые используются в целях информационной манипуляции общественным сознанием.*

**Ключевые слова:** миф, мифологизация, мифологическое мышление, мифотворец, символ, информационное общество, медиакультура, глобализация.

Миф — наиболее древняя из существующих система ценностей. В целом человеческая культура движется от мифа к логосу, т. е. от вымысла и условности к знанию и закону. Фантазия и вымысел позволяют легко преодолевать несовместимость смысла и содержания реальной жизни, поскольку в мифе все условно и символично. В сегодняшней культуре миф является средством и способом символического мышления. Интерпретируя существующие ценности культуры через идею «героического», миф позволяет заострять и подчеркивать тот или иной аспект ценности. В обыденном сознании слово «миф» ассоциируется с вымыслом и сказкой. Наша память при каждом удобном случае услужливо напоминает нам сюжеты мифов и легенд Древней Греции или библейских сказаний.

Современный человек считает себя рациональным существом, жизнь и деятельность которого весьма далеки от мифа. Вместе с тем все наши представления об окружающем мире, независимо от нашего желания, на бессознательном уровне носят мифологический характер.

Интерес к мифу обостряется в переломные моменты истории, во времена кризисов и потрясений. Это происходит потому, что человек пытается сделать жизнь более приемлемой, создать более привлекательное и светлое будущее. Таким образом, можно совершенно четко сказать, что миф — явление многогранное, сложное, имеющее свою эволюцию и поэтому меняющее свои функции в истории культуры. Мифы представляют собой исторические идиомы, сложившиеся, так или иначе, в силу определенного стечения обстоятельств, не лишённого случайности, в разных местностях по-разному, и получившие более или менее общий, устоявшийся смысл лишь в процессе их ве-

ковой обработки. Миф всегда имманентен культурному опыту определенной эпохи. Миф — феномен не только культурный, но и социальный, в нем отражается эмоциональное и психологическое начало индивидов и общества.

Объясняя это явление, немецкий философ Э. Кассирер утверждает, что человек «не противостоит реальности непосредственно, он не сталкивается с ней лицом к лицу... И в то же время человек не может жить в мире строгих фактов или сообразно со своими непосредственными желаниями и потребностями. Он живет, скорее, среди вообразаемых эмоций, в надеждах и страхах, среди иллюзий и их утрат, среди собственных фантазий и грез» [3, с. 471]. Другими словами, между реальностью и человеком должно быть еще нечто, некий посредник, который помог бы ему в восприятии реальности и выработке отношения к ней. Одна из таких форм — медиакультура; другая — миф, в который можно «упаковать» реальность.

Иначе говоря, миф, как и медиакультура, является коммуникативной системой. Именно эту его функцию выделяет Р. Барт в широко известной книге «Мифологии». «Поскольку миф — это слово, то мифом может стать все, что покрывается дискурсом. Определяющим для мифа является не предмет его сообщения, а способ, которым он высказывается; у мифа имеются формальные границы, но нет субстанциональных. Наш мир бесконечно суггестивен» [1, с. 233—234].

Известный английский антрополог Б. Малиновский считает, что «...миф является неотъемлемой частью культуры в целом, ...он постоянно рождается снова; каждая историческая перемена производит свою мифологию, которая, однако, только косвенно связана с историческим фактом. Миф является своего рода постоянным побочным продуктом живой веры, которая нуждается в чудесах; социальных устоев, которые требуют прецедента; морального закона, который требует оправдания» [5].

Современному человеку, как и человеку первобытной эпохи, необходимо верить во что-либо. Одни верят в Бога, другие в чудодейственную силу амулетов или каких-нибудь предметов. Человеку, воспитанному в советском обществе, очень трудно подстроиться под новый лад капиталистической России. Страх ожидания негативных событий и процессов, которые оцениваются людьми как вероятные непосредственно для них или для их потомков, играет важную и в некоторых случаях даже решающую роль в жизни личности и общества. Тревога перед неизвестным и необъясненным глубоко внедрена в человеческое мышление, вероятно, на генетическом уровне. Люди получают свои страхи из двух главных источников: из «первых рук», т. е. собственного опыта и опыта их семьи, и из «вторых рук», т. е. от других людей, с которыми они вступают в коммуникацию, и из культурных и социальных институтов.

Слово-миф способно создать реальность. О диалектике мифа и его предпосылках размышляет в одноименной работе русский философ А.Ф. Лосев: «Даже всякая неодушевленная вещь или явление, если их брать как предметы не абстрактно-изолированные, но как предметы живого человеческого опыта, *обязательно суть мифы*. Все вещи нашего обыденного опыта — мифичны; и от того, что обычно называют мифом, они отличаются, может быть, только несколько меньшей яркостью и меньшим интересом». Таким образом, медиакультура и средства массовой коммуникации создают мифы, позволяющие человеку воспринимать окружающую действительность. Но мифы создают и самого человека. М.К. Мамардашвили, определяя миф как «машину культуры», считает, что «человек есть искусственное существо, рождаемое не природой, а саморождаемое через культурно изобретенные устройства, такие как ритуалы, мифы, магия и т. д., которые не есть представления о мире, не являются теорией мира, а есть способ конструирования человека из природного, биологического материала» [6, с. 47].

Однако «конструирование человека» есть не что иное, как процесс его социализации, т. е. формирования мировоззрения, нравственных ориентаций, целостной «картины мира». Это одна из основных функций медиакультуры в обществе. Поэтому миф является не просто посредником между человеком и реальностью, он — своеобразный механизм управления, который, воздействуя на человека, проникает в его внутренний мир, сферу сознания и подсознания и программирует его.

В конечном счете при помощи современных медиасредств миф создает особую мифологическую реальность, которая начинает восприниматься человеком как истина и объективная реальность.

При этом конструировать новую, «мифологическую» реальность можно с помощью любых медиасредств (литературы, изобразительного искусства, прессы и т. д.). Дело в том, что «в мифе мир освоен, причем так, что фактически любое происходящее событие уже может быть вписано в тот сюжет и в те события и приключения мифических существ, о которых в нем рассказывается». Согласно точке зрения М.К. Мамардашвили, «миф есть рассказ, в котором умещаются любые конкретные события; тогда они понятны и не представляют собой проблемы» [6, с. 40].

Другими словами, в восприятии мифа наиболее ярко проявляются те структуры сознания, которые позволяют «упорядочить картину мира», приспособлявая индивида к условиям жизни в окружающей реальности.

Еще одним важным ресурсом формирования мифов, в первую очередь политических, является антитеза «свой — чужой», которая действует прямо противоположно теории «диалога культур» М.М. Бахтина.

Знаменитая ленинская формулировка «кто не с нами — тот против нас» становится в данном случае основным критерием. Герой мифа всегда «свой»; те, кто против него, — «чужие», т. е. враги и злодеи.

Характер мифов и их роль в культуре зависят непосредственно от менталитета народов, их создающих. Так, большое значение при изучении культуры имеет содержание исторических представлений о ней, ее составе, морфологии. Например, некоторыми отличительными чертами русского характера являются религиозность, духовность, свободолюбие, доброта. К первичным и основным свойствам русского народа принадлежит доброта. Она поддерживается и углубляется исканием абсолютного добра и связанной с нею религиозностью народа. В период СССР религиозные мифы заменяются советскими: многотомные эпосы и многосерийные фильмы создают образ спокойного, мудрого человека, принимающего трудные, но всегда верные решения, а также образы многочисленных представителей народа, воплощавших эти решения в жизнь. Еще одна немаловажная черта русской ментальности — отрицание всего формального, приведшее к появлению и укреплению элементов особой молодежной культуры, чрезвычайно динамичной и противоречивой.

Крах коммунистической идеологии в России сопровождается серьезными психологическими травмами у людей. Быстрота перемен, релятивизация общественных ценностей обращается потерей ориентации человека в новом социокультурном пространстве. Кризис традиционных ценностей приводит к определенному поведению и переоценке ценностей, следствием чего является создание новых мифов, отражающих произошедшие изменения.

Феномен мифа — это феномен веры. В мифе, как и в религии, отражены ценностные установки. В этом заключено его огромное значение для формирования и развития цивилизованного общества. Миф является не столько формой сознания, сколько повелением к действию, причем именно сакральной моделью поведения, распространявшейся на все случаи жизни.

XX век открывает новую страницу в интерпретации мифа, поскольку связывает с мифом основные проблемы человеческого сознания и бытия. Нет больше истины, есть социальный миф, «руководящая мечта». Эти заведомые грезы противопоставляются реальному содержанию действительного мира, с которым борется субъективное начало. У каждого отдельно взятого индивида существует свое мировоззрение. Однако само мировоззрение трактуется как условная система идей, связанная только с определенным «культурным кругом» и общественной позицией.

Нельзя сказать, что современные мифы появляются спонтанно и быстро сменяются новыми. Например, с конца XX века и до настоящего времени существует миф о Викторе Цое. Молодое поколение,

слушая его песни, находит в них выражение своих мечтаний, которым нет предела. Они верят в то, что больше никто из современных исполнителей не может передать более точно их желание быть свободными.

Следует заметить, что миф также несет в себе компенсаторные функции, которым исследователи отводят значительную роль. Миф выступает как средство утешения, замещения и восполнения недостающего. Он обнадеживает человека и тем самым создает, пусть даже ненадолго, состояние психологического комфорта. Сильное эмоциональное воздействие увеличивает компенсаторную способность мифа, где человек отождествляет реальное и воображаемое, желаемое и действительное. Ограниченность социальных возможностей человека в современном мире, страх перед завтрашним днем, как в Древнем мире — страх перед необъяснимым и таинственным в мире природы и т. д., приводят к необходимости адаптации к окружающей действительности, подхлестывая воображение.

М. Маклюэн, подчеркивая роль информации в управлении обществом и общественным мнением, отмечает, что массовые коммуникации играют важнейшую роль в формировании государственной идеологии, мифологизации общественного сознания. Активное развитие глобальных информационных сетей, например Интернета, оказывает большое влияние на человека, наряду с телевидением, радио и кинематографом. Развитие средств массовой коммуникации влечет создание информационного общества, расширение границ виртуального мира, способствует увеличению получаемого объема информации, ее психологического воздействия на человека, манипулирования его сознанием.

Таким образом, с помощью медиакультуры создаются новая идеология и новая политическая мифология, ориентированные на формирование определенного массового сознания как главной цитадели мифов. Аналогичные процессы происходят и в системе государственного менеджмента во многих странах, особенно находящихся во власти тоталитарных систем. А основой мифотворчества в любом случае являются средства массовой коммуникации.

Миф всегда имманентен культурному опыту эпохи, поэтому с течением времени он подвергается трансформации, видоизменяется, но сохраняет при этом свои формальные характеристики, свою «мифологичность». Отзвук архаичных мифологий прослеживается и в более поздних мифологических образах, поэтому говорить о смерти мифа явно преждевременно. По мнению А.Ф. Лосева и Р. Барта, XX век продуцирует мифы гораздо более активно, нежели все предшествующие ему культурно-исторические эпохи. Признанный авторитет в исследовании мифов Е.М. Мелетинский утверждает: «Этнология XX века доказала, что, во-первых, мифы в примитивных

обществах тесно связаны с магией и обрядами и функционируют как средство поддержания природного и социального порядка... во-вторых, мифологическое мышление обладает известным логическим и психологическим своеобразием... в-третьих, мифотворчество является... символическим языком, в терминах которого человек моделировал... мир, общество и самого себя... миф... специфичен для культур архаических, но в качестве некоего «уровня»... может присутствовать в самых различных культурах...» [7, с. 153]. В наше время с мифом связаны основные проблемы человеческого сознания и бытия, поиск первоначала культуры, ее истоков и основ.

С мифом связано начало человеческой культуры; он является одним из древнейших свидетельств ментальной активности человека, попыткой подойти к миру с «человеческими» мерками. Реальность не дается человеку непосредственно, мышление налагает на нее собственную сеть значений, и в этом смысле мышление — всегда искажение реальности, ее мифологизация. В окружающем нас мире не существует значений, смыслов и ценностей «в готовом виде»; они создаются, изобретаются, конструируются, переживаются. Регулярная практическая деятельность, данные непосредственного опыта первобытного человека не в состоянии опровергнуть миф, поскольку коллективное сознание, сознание рода, священные традиции и обряды свидетельствуют о его истинности.

Миф — феномен не только культурный, определяемый во многом культурным контекстом эпохи, но и социальный и психологический, поскольку он выступает как фактор социальной самоидентификации и отдельного индивида, и целого общества. Легитимация существующего социального порядка является одной из основных функций мифа не только примитивного общества, но и более развитого, в котором социальные и политические мифы приобретают характер идеологии и все теснее связываются с общественной психологией.

Миф изначально выступает как колоссальный источник массовой энергии, ее сгусток. Он способен мобилизовать большие группы людей к активным действиям, будь то совершение религиозного ритуала, революционное движение, выборы президента или осуществление престижной покупки под воздействием рекламы или притягательности бренда. Истина, которую открывает для себя мифологическое сознание, открывается в форме мифа, поскольку именно в мифе концентрируется определенное миропонимание, аутентичное данной конкретной культуре и абсолютно не нуждающееся ни в каких доказательствах. Современное состояние общества, его научная и художественная практика, а также повседневная реальность свидетельствуют о том, что миф — живое и актуальное явление, и потребность в нем все еще высока и нуждается в удовлетворении.

Каковы же факторы, которые облегчают зарождение, становление и функционирование мифов в культуре информационного общества? Прежде всего, это средства массовой коммуникации, приводящие к унификации и всемерному распространению одной и той же культурной продукции, одних и тех же моделей поведения и одних и тех же мифов. Все это лишний раз подтверждает превращение нашей планеты в «большую деревню» и «глобальную ойкумену», активному межкультурному взаимодействию в которой способствуют современные информационные технологии, развитие транспортных коммуникаций, расцвет туризма и путешествий. В результате этого все меньше остается культур традиционных, поскольку практически все они испытывают натиск модернизации.

Средства массовой коммуникации в настоящее время все интенсивнее внедряются в жизнь российского общества, приобретая при этом все большее значение, свидетельством чего является восприятие масс-медиа «четвертой властью», которая способна кардинальным образом влиять на всю общественную практику в условиях глобализации. Информационные и компьютерно-телекоммуникационные технологии способствуют упрочению открытости российского общества, его либерализации, придавая необратимый характер демократическим реформам, которые были проведены в России в последние годы.

Развитие средств массовой коммуникации и информационный прорыв изменяют и облик современной культуры, интенсифицируют все происходящие социальные изменения, создают информационное общество, расширяют границы виртуального мира, способствуют увеличению объема получаемой человеком информации и повышению ее психологического воздействия. Существующие сегодня и активно действующие средства массовой информации предлагают предпочтительный набор моделей поведения и деятельности, определяют стандарты в самых различных областях жизни, включая, например, стандарты общественного потребления.

Быстрый рост глобальных информационных сетей, таких как Интернет, число абонентов которого неуклонно растет и к 2025 году составит 1,5—2 миллиарда человек, несомненно, будет оказывать, наряду с радио, телевидением, кинематографом, все большее влияние на человека в качестве культурогенных информационных технологий, в отличие от неинформационных технологий, которые используются в основном в сфере производства услуг и вещей.

Новейшие информационные технологии определяют новое информационное состояние мира, его глобализацию, приводят к стиранию традиционных границ между различными народами, нациями, странами, к созданию единого информационного поля планеты, делая доступным весь массив существующей информации любому человеку, находящемуся в любой точке земного шара.

Наряду с возрастанием роли новейших информационных технологий актуализируется вопрос об использовании современных средств коммуникации в целях информационной манипуляции общественным сознанием. Изучение влияния и последствий социально-культурных и психологических воздействий информации на широкое массовое сознание, вплоть до ведения глобальных информационных войн, приобретает сегодня особенно большое значение.

«Мифотворец эпохи информационного общества», канадский философ и культуролог Г.М. Маклюэн утверждает, что роль информации в управлении обществом и общественным мнением очень высока; что массовые коммуникации играют важнейшую роль в формировании государственной идеологии и мифологизации общественного сознания. Будучи «пророком массовых коммуникаций», он подчеркивает, что если существуют телекоммуникации с их глобальным охватом человечества, то они должны использоваться соответствующими организациями и группами. И третья мировая война уже идет как «партизанская война информации», не признавая никакого различия между военными и гражданскими лицами.

Миф в современном информационном обществе выступает как продукт массового производства, как принцип организации массового сознания, а телевидение рассматривается Маклюэном в качестве основного мифотворца.

В современном информационном пространстве в огромных количествах и с невиданной быстротой продуцируются социальные, политические, художественные, религиозные и прочие мифы, которые, несмотря на свой иллюзорный характер, выступают в качестве факторов социальной жизни и оказывают вполне ощутимое воздействие. Новый миф превращается в средство социальной мобилизации и манипуляции общественным сознанием. Современная культура продолжает интенсивно продуцировать всевозможные мифы, которые призваны связывать и канализировать общественную энергию, удовлетворять запросы общества массового потребления. Например, стимулировать потребление конкретных продуктов, как это делает реклама, создавать при помощи телевидения привлекательный имидж политического деятеля или «звезды» шоу-бизнеса, отвлечь внимание зрителя от насущных жизненных проблем очередной «мыльной оперой» или боевиком.

Новый миф выступает в виде ложной мобилизующей структуры, способной абсолютно безболезненно вписать человека и массу в существующую действительность, создавая при этом у своих адептов состояние психологического комфорта и полное впечатление истинности происходящего. Так, например, столь широко внедренная в массовое сознание телевизионная реклама оказывает значительное воздействие на существующее сегодня культурно-информационное



пространство, которое во многом создается ею по принципу мифологизации действительности.

Информация, оформленная в оболочку мифа, приобретает чувственно-выразительную конкретность, легко запоминается, эстетизирует жизненный мир современного человека и бросает его в лучшем случае в объятия иллюзии, в худшем — превращает в объект различных манипуляций, в том числе и политических.

В современном мире в силу различия в экономическом, социальном, политическом и культурном развитии различных стран взаимодействие культур не всегда проходит в диалоговом режиме, на равных. Любые культурные и информационные потоки чаще всего являются одновекторными, направленными из специализированного или регионального центра на периферию, причем с течением времени эти культурные центры меняются и могут сдвигаться в пространстве.

На сегодняшний день такими специализированными центрами являются: Америка — в области науки, научных технологий и массовой культуры; Франция — в области моды и деликатесов; Япония — в области корпоративной культуры. К региональным центрам среди арабских государств можно отнести Египет, в Латинской Америке — Мексику, в католическом мире — Ватикан, в исламском мире — священные города Мекку и Кум. Не вызывает никакого сомнения тот факт, что культура центров оказывает сильнейшее воздействие на периферию, и здесь опять возникает проблема сохранения культурной и национальной идентичности или поиска собственной аутентичности. И вновь мы попадаем в сферу действия мифов, только уже национальных, также оказывающих огромное влияние на человека. Поиск национальных «источков», «корней», особой «национальной идеи» и «национального характера» приобретает характер нового мифотворчества. В этой связи, не без доли вызова апологетам национальных мифов, Р. Браг отмечает: «Я горд тем, что как француз являюсь наследником нации предателей: галлы были достаточно разумны, чтобы отказаться от собственной аутентичности, включающей жизненно важный обычай жертвоприношения, в пользу римской цивилизации» [2, с. 39].

Современные психологи, разрабатывающие социально когнитивную теорию личности, исходят из того, что поведение индивида детерминировано его убеждениями. Шаблоны поведения имеют первостепенное значение для человека, они становятся образцами для подражания, их активно перенимают, поскольку у каждого индивида существует потребность в моделях поведения. Психологи приходят к выводу, что агрессивное поведение формируется, например, не столько из непосредственного опыта индивида, сколько благодаря его наблюдению за действиями других, получению информации об агрессивном поведении из различных внешних источников. Следовательно, агрессия, пронизывающая низкопробную кино- и телепродукцию, не столько содействует сублимации врожденной агрессивности, сколько имплицитно рекламирует модели агрессивного поведения. Кино и те-

левидение, демонстрируя многообразие патологических моделей поведения, насилие, жестокость, формируют тем самым агрессивное общество, в котором отсутствуют истинные идеалы.

По сути, в современном российском обществе не существует идейной поддержки демократических реформ и либеральных ценностей, поскольку до сих пор не создана позитивная социальная мифология, способная формировать позитивное мышление современного человека при помощи моделирования образцов для подражания, без чего общество остается деморализованным. Мифология осознается главным ресурсом модернизации страны. Интеллектуалы все чаще приходят к мысли о необходимости реабилитации забытых в последние годы ценностей «нормальной жизни» и «нормального человека», таких как патриотизм, здоровье, успех, профессионализм, предприимчивость.

Универсальный характер мифа позволяет рассматривать культуру не как нечто фрагментарное, а как целостное, поскольку миф синтезирует и связывает различные явления философии, религии, морали, литературы, искусства, истории, науки, политики. Сходство сюжетов, образов и поэтики мировых мифологий говорит о принципиальном единстве человечества, структуры мышления различных народов, об архетипическом повторении в истории культуры комплекса экзистенциальных проблем, ситуаций, поведенческих моделей. Исследования проблематики мифа помогают реально преодолеть узко понятую сущность и природу человека и его духовности, сведение их к «рацио», преодолеть упрощенное представление о роли бессознательных структур человеческой психики, конденсирующих в себе мифопоэтические представления.

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] Барт Р. *Мифологии*. Москва, 1996.
- [2] Глотц П. *Европейская идентичность. Идеи европеизма во второй половине XX века*. Москва, 2000.
- [3] Кассирер Э. *Опыт о человеке*. Москва, 1998.
- [4] Лосев А.Ф. *Диалектика мифа*. Москва, 2001.
- [5] Малиновский Б. *Магия, наука, религия. Миф в примитивной психологии. Роль мифа в жизни*. Москва, 1998.
- [6] Мамардашвили М.К. *Введение в философию. Мой опыт нетипичен*. Санкт-Петербург, 2000.
- [7] Мелетинский Е.М. *Поэтика мифа*. Москва, 1976.

Статья поступила в редакцию 10.01.2014

Ссылку на эту статью просим оформлять следующим образом:

Чернышёва А.В. Мифологизация реальности и реальность мифа в культуре информационного общества. *Гуманитарный вестник*, 2014, вып. 1. URL: <http://hmbul.bmstu.ru/catalog/cult/hidden/157.html>

**Чернышева Анна Владимировна** — кандидат философских наук, доцент кафедры «Социология и культурология» МГТУ им. Н.Э. Баумана. e-mail: [irida64@bk.ru](mailto:irida64@bk.ru).