DOI: <http://dx.doi.org/10.15688/jvolsu7.2016.2.1>

УДК 101.1

ББК 87.63

МЕХАНИЗМ ВОЗДЕЙСТВИЯ МИФОВ НА РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВА

Андрей Геннадиевич Иванов

Кандидат философских наук,
доцент кафедры государственной, муниципальной службы и менеджмента,
Липецкий филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации
agivanov2@yandex.ru
ул. Интернациональная, 3, 398050 г. Липецк, Российская Федерация

Аннотация. В статье показано воздействие мифов на общественное развитие. Воздействие представлено в качестве механизма – «алгоритма» работы мифа, где ключевая роль принадлежит мифотворцам (политической элите). Предполагается, что в социальных сферах существенное место занимают мифогенные факторы (образ, бренд, догмат и т. п.). Вводится термин «концептуальное понятие – аттрактор мифологического», который наглядно демонстрирует процессы функционирования современных мифов. Примеры «концептуальных понятий – аттракторов мифологического» соотнесены с элементами социальной мифологии. Общество предстает как арена конкуренции мифов. Делается вывод о цикличности функционирования мифов и элит.

Ключевые слова: социальный миф, мифогенный фактор, алгоритм работы мифа, концептуальное понятие – аттрактор мифологического, мифотворец, элемент социальной мифологии.

Основными причинами существования мифов в современном обществе являются, с одной стороны, укорененность мифов в общественном и индивидуальном сознании с древнейших времен и, с другой стороны, использование мифа, начиная с античных времен, в качестве инструмента для манипулирования сознанием. Эти причины объясняют и природу современной социальной мифологии, представ-

ляющей собой совокупность социальных мифов. В ней имеются качественные отличия между повседневной мифологией, представленной на уровне социальной психологии, обыденного сознания, и предельно рационализированной мифологией, содержащейся в идеологических построениях. Назовем эти два аспекта современной социальной мифологии, соответственно, «архаическим» и «конъюнктурным».

В настоящее время, некоторые исследователи склонны отождествлять социальную мифологию с идеологией, утверждая, что и в случае с современной мифологией, и в случае с идеологией происходит обслуживание интересов определенной социальной группы.

Рассмотрение идеологии как социальной мифологии, как средства социальной интеграции, сплачивающего и воодушевляющего людей, продолжил, в частности, французский социолог Ж. Сорель [12]. В работах «Размышления о насилии», «Введение в изучение современного хозяйства» и других он подчеркивал, что любые социальные движения инспирируются мифами. Сам миф трактовался при этом широко – под ним подразумевались любые идеи и чувства, которые обеспечивали единство социальной группы. По Сорелю, каждый класс создает свои мифы: буржуазии свойственны одни мифы, рабочим – другие.

Нам представляется, что главным критерием различения социальной мифологии и идеологии является не способ трансляции и адресаты, а само содержание, наполнение соответствующих феноменов. Содержание социальной мифологии объективно является более глубоким, восходит к архаике, к глубинным слоям психики, в то время как идеология лишь «спекулирует» на естественности, «подражает» мифу. Кроме того, «в противоположность мифу – коллективно присвоенному продукту – идеологии служат частным интересам, которые они пытаются представить как универсальные интересы, общие для всех групп» [3, с. 91].

Область распространения социальных мифов заслуживает отдельного рассмотрения, так как позволяет выявлять степень институционализации мифов, а также увидеть социальные институты, поддерживающие функционирование мифов. На наш взгляд, практически

все социальные сферы подвержены влияниям мифогенных факторов, представляющих собой некие поля, направления активности мифов. Примеры мифогенных факторов представлены в таблице 1.

При этом, если в этической сфере такие факторы являются предельно ясными и понятными, а в правовой и научной сферах – рационализированными, то в таких динамично развивающихся сферах, как экономика и политика, где дополнительным фактором мифогенности выступает особый характер суггестивных коммуникационных процессов, мифогенные факторы приобретают достаточно изощренные формы.

Рассмотрим, каким же образом социальные мифы в настоящее время оказывают воздействие на общественное развитие. Для этого попытаемся разобрать «алгоритм» работы мифа.

Схематично этот алгоритм можно представить следующим образом: (1) мифотворцы (элита) – (2) миф как инструмент реализации властных функций – (3) контекст – (4) миф как призыв и руководство к действию – (5) шаблоны – (6) функционирование мифов – (7) конкуренция мифов / конкуренция мифотворцев (элит) – (1) новые мифотворцы (новая элита).

1. Мифотворцы (элита).

Для лучшего понимания социальной мифологии и составления целостного представления о социальном мифе как объекте познания необходимо рассмотрение мифа с точек зрения, как минимум, трех субъектов: живущего мифом (мифичный), создателя мифа (мифотворец), критика мифа (мифолог). Такое понимание социального мифа сразу актуализирует несколько проблем: субъект и объект познания; означающее и означаемое; первичная и вторичная мифология.

Таблица 1

Примеры мифогенных факторов в институтах социальных сфер

Социальная сфера	Институт	Пример мифогенного фактора
Эстетическая	Художественная культура	Образ
Этическая	Мораль	Табу
Экономическая	Рынок	Бренд
Политическая	Государство	Идеология
Правовая	Право	Закон
Религиозная	Церковь	Догмат
Научная	Наука	Понятие

Для мифического социальный миф является безусловной реальностью, неотъемлемой частью его картины мира; миф определяет здесь онтологические основы. Мифотворец акцентирует внимание на целях социального мифа и степени принятия социального мифа аудиторией (количестве мифических относительно конкретного мифа); он в некотором смысле определяет этические аспекты мифа. Для мифолога определяющее значение имеют эпистемологические аспекты, средства познания социального мифа – комбинации различных теорий мифа, теоретические и эмпирические методы исследования; он ищет «истину мифа».

В качестве мифотворцев в нашем случае выступает политическая элита.

Особую «мифотворческую» роль элит отмечали многие исследователи. Так, К. Манхейм [7] полагал, что в каждом обществе есть социальные группы, главная задача которых заключается в том, чтобы создавать для данного общества интерпретацию мира. Он называл эти группы «интеллигенцией», полагая, что чем статичнее общество, тем более вероятно, что эти группы обретут в нем определенный статус, превратятся в касту. В частности, шаманов, брахманов, средневековое духовенство К. Манхейм рассматривал как интеллектуальные слои, каждый из которых обладал в данном обществе монополией контроля над формированием картины мира и над преобразованием и сглаживанием противоречий в наивных представлениях, созданных в других слоях.

П. Бурдьё задавался вопросами о причинах, способствовавших возвышению определенных социальных групп, и считал, что позиция индивида, социальной группы в социальном пространстве может определяться по их позициям в различных полях, то есть в распределении власти, активированной в каждом отдельном поле. «Это, главным образом, экономический капитал в его разных видах, культурный капитал и социальный капитал, а также символический капитал, обычно называемый престижем, репутацией, именем и т. п. Именно в этой форме все другие виды капиталов воспринимаются и признаются как легитимные» [3, с. 16]. По всей видимости, лидером общественного мнения, ключевым

субъектом мифа становится группа людей, имеющая достаточно весомый символический капитал, и пока еще безупречную репутацию. Именно такая группа может со временем воспользоваться шансом и предстать уже в качестве новой элиты.

Также, используя категорию «символическое», П. Бурдьё обозначал процесс генезиса класса мифотворцев. «“Символические системы” различаются главным образом по тому, произведены ли они и усвоены всей группой или, напротив, только корпусом специалистов, а точнее, относительно автономным полем производства и обращения. История преобразования мифа в религию (идеологию) неотделима от истории становления корпуса специализированных производителей религиозного дискурса и мифов, то есть от развития разделения религиозного труда, который сам является одним из аспектов развития разделения общественного труда, а значит, и деления на классы, что приводит – помимо прочих последствий – к изъятию у светских лиц средств символического производства» [3, с. 93].

В какой-то момент символическая власть трансформируется во власть политическую, институционализируется. Примерно то же самое происходит и с социальными мифами: в определенный момент времени они обретают конкретные очертания, представая в виде слоганов, лозунгов, символов, имен, брендов и т. п. То есть элиты и ассоциирующиеся с ними символы постепенно отождествляются, что в дальнейшем позволяет элитам более грамотно транслировать различные мифы.

Существенным является то обстоятельство, что социальные мифы воздействуют как на общество в целом, так и с разной степенью интенсивности на отдельные социальные группы. Это в ответ приводит к объединению социальных групп как на основе общей социальной мифологии, так и на основе «частных» мифологий, циркулирующих внутри ограниченной части социума. «При этом следует учитывать, что объединения, которые базируются на структуре пространства, основанного на распределении капитала, имеют больше возможностей стать стабильными и прочными, а другие формы группировки будут всегда в опасности распада и оппозиции, что связано с дистанцией в социальном пространстве» [3, с. 19].

Главный вопрос здесь заключается в том, насколько прочны объединения на основе общей социальной мифологии, на основе социального капитала?

Новая элита приходит к власти, как правило, уже со своей мифологией. Дальнейшей ее задачей будет являться сохранение «живучести» своих мифов, поддержание с помощью мифов функционирования основных институтов максимально долгое время. Также следует отметить изрядную теоретическую изощренность используемых элитой мифологических конструкций.

2. Социальный миф как инструмент реализации властных функций элит.

Основными механизмами внедрения мифов в общественное сознание выступают система образования, СМИ, наглядные примеры (герои, например).

Можно выделить следующие технологии внедрения мифов в общественное сознание: с позиции мифотворца и с позиции мифического.

Если рассматривать то, каким способом осуществляется мифотворчество (то есть с позиции адресанта мифа (мифотворца)), то сначала происходит апеллирование к самому человеку: обращение к нему на предмет определения идентичности в изменяющихся условиях. Затем может произойти «переформатирование» исторической памяти человека или даже всего общества. Далее, постепенно приближаясь к конкретным прикладным формам, осуществляется встраивание новых мифов в идеологические конструкты. И, наконец, происходит неявное (латентное) проникновение мифов в структуры функционирующих социальных институтов, чем обеспечивается окончательная легитимация мифов. При этом социальные институты, вбирая в себя функции социальной мифологии, сами претерпевают определенную трансформацию (сначала – религия, затем – наука); зачастую наиболее кардинальным изменением подвергается государство.

При рассмотрении с позиции адресата мифа (мифического) ситуация разворачивается по следующему алгоритму:

- мифы воздействуют через обыденное сознание (на уровне социальной психологии);
- происходит осмысленное восприятие идеологии параллельно с неосознанным восприятием встроенных в идеологию мифов. При

этом наиболее важным представляется присутствие мифа в политике, так как наряду с дополнением картины мира (эта функция мифа реализуется во всех социальных сферах), возникает возможность построения новой онтологии (общества, государства, социальной группы и т. п.).

Ключевую роль в рассмотренных выше процессах играет то, в какой форме предстает миф. Многое здесь зависит от успешности выбора вербальной формы мифа – слова. Именно слово служит основным источником разнообразных мифических представлений. «Чрезвычайно эффективным приемом подобного мифотворчества выступает целенаправленное использование прецедентных вербальных знаков: имен исторических деятелей, литературных персонажей, хронотопонимов-символов (например, названий военных сражений, приуроченных к месту событий) и т. п., как правило, широко известных конкретному этносоциуму и активно участвующих в формировании исторической памяти, которая прочно связывает разные его поколения» [4, с. 9–10].

3. Контекст.

Важно определить, в какие периоды общественного развития имеется больше возможностей для консолидации общественных сил на основе некой общей идеи, общего социального мифа. «Ведущим субъектом социального мифотворчества, то есть настоящим творцом нового мифа, становится не сама умышленно инициированная его сторона, а та среда, в которой прорастает мифологическое “зерно”» [11, с. 147].

Многие исследователи полагают, что мифы оказывают особое воздействие на общественное развитие в кризисные периоды. «Необходимо указать на феномен определенного рода торможения исследовательской мысли перед социальными проекциями мифа, которое возникает в связи с тем, что актуальность мифа проявляется только в ситуации социокультурного кризиса. Когда общество находится в фазе стабильности, разговор о мифе в политике может представляться как несерьезный <...> рождение политического мифа – сигнал, который надо принять и осмыслить» [5, с. 15].

В периоды спокойного общественного развития социальные субъекты склонны ско-

рее разделять мифологии правящего политического класса. В связи с этим важно определять возможные социальные группы, существующие в обществе в конкретный исторический момент; степень влияния на эти группы господствующих мифов.

Другое дело, что выход на передний план мифов в переходные эпохи означает и активное участие мифов в формировании новых ценностей. В условиях социальных кризисов актуализируется прежде всего аксиологическая функция мифологии. При этом ценностное содержание мифа или идеи представляет собой не просто ключевые ценности, а ценности, которые неизбежно – в силу их постоянной актуализации – становятся традиционными для народа, общества. Кроме того, новые мифы и идеи создают образ будущего, выражают надежды общества, что особенно важно в условиях кризисного состояния, когда значительно снижается степень предсказуемости поведения социума.

4. Миф как призыв и руководство к действию.

Ж. Сорель считал, что миф имеет чисто функциональное, а не познавательное значение; и к мифу следует относиться как к средству побудить массы к действию. При этом точность и прогностические функции мифа не имеют значения. С таким мнением можно согласиться, приняв, однако, во внимание контекст, социокультурную среду, сопровождающую тот или иной миф. Лишь при таком условии на данном этапе «работы» мифа высказывание Ж. Сореля звучит уместно.

Сам же миф придает ситуации больший драматизм благодаря следующим, удачно отмеченным О.Ю. Пленковым, свойствам: «В слове “миф” есть нечто неопределенное, недосказанное, неоформленное, и это имеет свое функциональное назначение, так как точно сформулированное и всесторонне осмысленное целеполагание не может вызвать социальной динамики (определенно можно сказать, что не чтение “Капитала” вызвало колоссальную динамику социалистического рабочего движения); миф должен носить универсальный характер, он должен подходить максимальному количеству людей; нужно, чтобы фантастический мир, созданный мифом, вызвал к чувствам, страстям, а не разуму» [10, с. 39].

То есть успех мифа – в краткости и апеллировании к чувственному уровню познания. При этом содержание эффективно функционирующих мифологических построений часто оказывается вторичным по отношению к форме.

Кроме того, А.Д. Васильев считал, что миф принимается на веру во многом благодаря такому свойству мифотворчества как провозглашение истины, благодаря тому, что в мифе некая декларация заменяет собой истину. «...даже будучи формально подкрепляемым некими подобиями аргументов (фактоидами), он (миф) остается, согласно замыслам его создателей и трансляторов, функционально вполне самодостаточным и без каких-либо доказательств его соответствия действительному положению вещей. Именно исходя из этого конструируется полноценный “работоспособный” миф» [4, с. 14].

5. Шаблоны.

Обретя приемлемую форму, миф затем широко тиражируется. В действительности же зачастую используются удачно найденные шаблоны, клише. При этом в процессе эволюции общества шаблоны становятся все более яркими, изощренными; одновременно с развитием средств массовой коммуникации практикуются новые формы подачи мифа.

Так, важную роль в развитии средств передачи мифов в качестве шаблонов сыграли памфлеты. Памфлеты на практике доказали состоятельность в определенные переходные исторические моменты. Влияние памфлетов и их содержания на интеллектуальную атмосферу, в которой формировался идеологический фундамент Соединенных Штатов Америки, отмечено в одной из работ Б. Бейлина [2], где, на наш взгляд, показан успешный пример для средств массовой информации XX века.

Таким образом, постепенно творцами новой социальной мифологии становятся средства массовой коммуникации. «Искусственно упрощая сложные проблемы, ценностные ориентации и все потенциальное многообразие оттенков миропонимания до элементарных дуальных оппозиций, замещая многофакторный анализ причинно-следственных связей апелляцией к авторитету или простым и, как правило, фантастическим объяснениям (ми-

ровой заговор, происки иностранных разведок, спекуляции транснациональных компаний и т. д.), партикулируя сознание (абсолютизация единичного и случайного, игнорирующая при этом типичное, статистически преобладающее), СМИ идеологически функционируют в рамках мифологической “логики”, элиминируя частности и презентуруя ограниченный набор более или менее стандартных ситуаций с уже готовыми решениями» [6, с. 68]. Здесь следует добавить, что зачастую в результате работы СМИ мифы становятся практически неузнаваемыми в сравнении с их первоначальным обликом, что позволяет считать СМИ инструментом как ремифологизации, так и демифологизации.

Секрет же мифа и тиражируемых им шаблонов нам видится в обращении к специфичным архаическим представлениям, в частности к архаическому способу понимания причинно-следственных связей, где отсутствует логика объективных причинно-следственных связей, а при объяснении событий ссылаются на прецедент.

6. Функционирование мифов.

Для того чтобы зафиксировать присутствие социальной мифологии в обществе, проиллюстрировать содержание компонентов социальной мифологии и, в конечном счете, увидеть функционирование социальных мифов

предлагаем ввести следующий термин: «концептуальное понятие – аттрактор мифологического» (далее – КП-АМ). КП-АМ представляет собой феномен общественной жизни, содержащий мифологическое наполнение. Именно через КП-АМы можно будет определять, что из общественных явлений и процессов является мифологическим или содержит мифологические составляющие, а что – немифологическим.

КП-АМы можно соотнести с элементами социальной мифологии, что представлено в таблице 2.

КП-АМы проявляют себя в мифогенных факторах (образ, табу, бренд, идеология, закон, догмат, понятие), а в свою очередь мифогенные факторы «работают» в социальных сферах (эстетика, этика, экономика, политика, право, религия, наука). Таким образом обеспечивается постоянное присутствие мифов в современной общественной жизни. При этом особый интерес представляет механизм того, как многие КП-АМы искусственно, при помощи современных технологий сводятся к шаблонам.

7. Конкуренция мифов / конкуренция мифотворцев (элит).

Общество – это арена постоянной конкуренции политических элит и обслуживающих их интересы мифов.

Таблица 2

Соотнесение КП-АМов с элементами социальной мифологии

Элемент социальной мифологии	Примеры концептуальных понятий – аттракторов мифологического
Онтологическая часть социальной мифологии	
Представления о причинно-следственной связи	Жертва, дар (потlach), обмен, реципрокность, месть
Представления о соотношении части и целого	Тотем, сакральный лидер, жрец, медиатор
Представления о времени	Ритуалы перехода (рождение, инициация, брак, похороны)
Представления о пространстве	Центр / периферия, космос / хаос
Гносеологическая часть социальной мифологии	
Архаическое мышление	Синкретизм
Мифопоэтическое мировосприятие	Музыка, поэзия, литература, мода
Мифологическое сознание (мифологизация и мифотворчество)	Историческая память, мифологема / идеологема, утопия
Аксиологическая часть социальной мифологии	
Самоидентификация и идентификация с коллективом	Индивидуальные мифы / мифы социальных групп
Представления о сакральном и профанном	Война / обычный ход событий, официальное (работа) / неофициальное (быт, досуг)
Мифологическая вера	Мифологические ценности
Праксиологическая часть социальной мифологии	
Миф	Разные типы социальных мифов, мифогенные факторы (см. табл. 1)
Ритуал	Игра, этикет

Удачный пример вытеснения одного мифа другим мифом в истории Германии 1930-х гг. приводит О.Ю. Пленков, уделяя большое значение именно социокультурной среде, контексту: «...демократия стала обыденностью и поэтому потеряла свой первоначальный блеск, возвышенность, принципиальную новизну и воодушевляющий подъем: действие мифов демократии оказалось не столь устойчивым, им были успешно противопоставлены мифы нации. В принципе, с точки зрения внутренней мифологической природы, нет никакой разницы между мифами демократии и мифами национальными. Разницу можно усмотреть только в том, что они существуют в разных культурах. В разных культурах и разных ситуациях миф всегда был для людей терапевтическим средством от паники и депрессии, строгой конструкцией, организующей беспорядок в систему и дающей опору человеку» [10, с. 17].

Говоря о мифах в аспекте их «борьбы», конкуренции, стоит сделать одно важное уточнение. Оно касается самого термина «миф». В настоящее время этот термин оказывается сильно размытым, особенно, когда дело доходит до демонстрации присутствия мифа в общественно-политической жизни. Фактически это приводит к тому, что «мифом» могут назвать любое понятие: свобода, справедливость, демократия, парламентаризм, нация. Каждое из приведенных понятий в условиях определенной политической культуры могло существенно трансформироваться, отвергаться и становиться объектом борьбы.

На примере России, особенно конца XX – начала XXI в., можно привести достаточное количество самых разнообразных мифов, циркулирующих в обществе. Так, в работе Г.В. Осипова [9] дается характеристика и типологизация функционирующих в России на стыке XX и XXI вв. мифов. Автор выделяет деструктивные мифы (например, миф о том, что все решит рынок); мифы слепого копирования; умышленные мифы (например, миф о приватизации); мифы-страшилки (например, миф об угрозе коммунизма); националистические мифы; мифы, созданные по принципу «свой-чужой» и т. п. Эти мифы, по мнению исследователя, пришли в нашей стра-

не на смену мифам о развитом социализме, о дружбе народов и т. п. То, что с крушением советской идеологии разрушилась и соответствующая советская мифология (хотя миф по своей природе более устойчив в сознании, чем идеологические догмы), говорит о том, что эти мифы в большей степени относились к конъюнктурному уровню (аспекту) социальной мифологии. Вместе с тем следует отметить, что среди так называемых классических идеологий (либерализм, консерватизм, социализм), именно разновидности социалистической идеологии, на наш взгляд, используют большее количество мифов, восходящих к архаике (например, миф о герое), то есть таких мифов, которые, казалось бы, должны дольше удерживаться в общественном сознании.

Как же происходит «угасание» мифов, и какие мифы выигрывают в «конкурентной борьбе»? Ответы на эти вопросы может дать только история, демонстрирующая нам, как, наряду с применением самых изощренных механизмов воздействия мифов на общество, в какой-то момент мифы перестают «работать». Мифы могут утрачивать свой мобилизационный потенциал по целому ряду причин: через разоблачение мифа; в силу «естественной» эволюции, когда миф вырождается; через активные усилия по замене одного мифа другим.

Так, В.Р. Мединский [8] на примере отечественной истории наглядно продемонстрировал, как нужно разоблачать мифы о России.

С другой стороны, интересна и «естественная» эволюция мифов. «Настоящей противоположностью понятия миф является фикция... В мифы верят, а в фикции делают вид, что верят... В советские времена с течением времени большинство мифов сделались фикциями... Собственно горбачевская «перестройка» исходила из веры в необходимость обновления мифов, предотвращения превращения их в фикции. Можно сказать, что со временем миф теряет свое символическое наполнение и редуцируется в метафоре. В своем развитии миф проходит стадии, которые Кьеркегор считал присущими духовному становлению личности, только в обратном порядке: религиозная, этическая, эстетическая» [10, с. 35]. В дан-

ном ракурсе – угасание мифа в обществе и связь мифа с метафорой – представляет интерес работа П.Н. Барышникова [1].

Вместе с тем в истории появились и, можно сказать, «глобальные» мифы, которые сразу же стали предметом самого глубокого философского анализа. К таким мифам можно, бесспорно, отнести, например, миф Просвещения, миф о вечном возвращении. Такие мифы воздействуют на общество как бы на двух уровнях: и на архаическом, и на конъюнктурном; восходят к древней архаике и могут умело использоваться правящей элитой.

Выводы.

Следует заключить, что очередной этап «работы» мифа отсчитывается с того момента, когда новая элита, приходящая на смену старой, начинает активно использовать миф в основном для изменения текущего положения вещей в свою пользу, для достижения власти, прежде всего политической. В таком отношении миф следует рассматривать как инструмент реализации властных функций. Наиболее эффективное применение мифа происходит в так называемые кризисные (переходные) эпохи, когда обостряется политическая борьба и одновременно с этим общество разочаровывается в прежних элитах, в прежних мифах. В такой эмоционально насыщенный период миф используется как некий призыв, руководство к действию, для чего он облекается в наиболее простые формы, фактически сводится к шаблонам. В дальнейшем в процессе функционирования мифы начинают тесно переплетаться с мифогенными факторами при непосредственном вовлечении в данные процессы КП-АМов, выполняющих важные функции. В результате в обществе на какое-то время достигается консенсус на основе доверия народа к легитимной власти, использующей мифы привычных форм. Однако далее вновь обостряется конкуренция мифов и элит (причем неясно, какая конкуренция обостряется раньше), в результате чего уже новые элиты все активнее заявляют о себе.

Таким образом, следует считать миф феноменом, имманентным социальному бытию, и ожидать, что с приходом к власти новой элиты начинается и новый цикл функционирования мифа в обществе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Барышников, П. Н. Миф и метафора: Лингвофилософский подход / П. Н. Барышников. – СПб. : Алетей, 2010. – 216 с.
2. Бейлин, Б. Идеологические истоки Американской революции / Б. Бейлин. – М. : Новое издательство, 2010. – 308 с.
3. Бурдьё, П. Социология социального пространства / П. Бурдьё. – М. : Институт экспериментальной социологии; СПб. : Алетей, 2005. – 288 с.
4. Васильев, А. Д. Современное мифотворчество и российская телевизионная словесность / А. Д. Васильев. – М. : ЛЕНАНД, 2014. – 240 с.
5. Кольев, А. Н. Политическая мифология: Реализация социального опыта / А. Н. Кольев. – М. : Логос, 2003. – 384 с.
6. Коршунов, Г. П. Место и роль социальной мифологии в структуре массового сознания / Г. П. Коршунов. – Минск: Беларус. навука, 2009. – 208 с.
7. Манхейм, К. Диагноз нашего времени / К. Манхейм. – М. : Юрист, 1994. – 700 с.
8. Мединский, В. Р. Война. Мифы СССР. 1939–1945 / В. Р. Мединский. – М. : ОЛМА Медиа Групп, 2015. – 704 с.
9. Осипов, Г. В. Социология и социальное мифотворчество / Г. В. Осипов. – М. : Норма-Инфра-М, 2002. – 616 с.
10. Пленков, О. Ю. Триумф мифа над разумом (немецкая история и катастрофа 1933 года) / О. Ю. Пленков. – СПб. : Издательство “Владимир Даль”, 2011. – 608 с.
11. Смирнов, М. Ю. Российское общество между мифом и религией: Историко-социологический очерк / М. Ю. Смирнов. – СПб. : Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2006. – 228 с.
12. Сорель, Ж. Размышления о насилии / Ж. Сорель. – М. : КРАСАНД, 2011. – 168 с.

REFERENCES

1. Baryshnikov P.N. *Mif i metafora: lingvofilosofskiy podhod* [Myth and Metaphor: Linguo-Philosophical Approach]. Saint Petersburg, Aleteya Publ., 2010. 216 p.
2. Beylin B. *Ideologicheskie istoki Amerikanskoy revolyutsii* [The Ideological Origins of the American Revolution]. Moscow, Novoe Izd-vo, 2010. 308 p.
3. Burdieu P. *Sotsiologiya sotsialnogo prostranstva* [Sociology of Social Space]. Moscow, Institut eksperimentalnoy sotsiologii Publ.; Saint Petersburg, Aleteya Publ., 2005. 288 p.
4. Vasilyev A.D. *Sovremennoe mifotvorchestvo i rossiyskaya televizionnaya slovesnost* [Modern

Mythology and Russian Television Literature]. Moscow, LENAND Publ., 2014. 240 p.

5. Kolyev A.N. *Politicheskaya mifologiya: Realizatsiya sotsialnogo opyta* [Political Mythology: The Implementation of Social Experience]. Moscow, Logos Publ., 2003. 384 p.

6. Korshunov G.P. *Mesto i rol sotsialnoy mifologii v strukture massovogo soznaniya* [The Place and Role of Social Mythology in the Structure of Mass Consciousness]. Minsk, Belarus. Navuka Publ., 2009. 208 p.

7. Manheym K. *Diagnoz nashego vremeni* [Diagnosis of Our Time]. Moscow, Yurist Publ., 1994. 700 p.

8. Medinskiy V.R. *Voyna. Mify SSSR. 1939-1945* [The War. Myths of the USSR. 1939-1945]. Moscow, OLMA Media Grupp Publ., 2015. 704 p.

9. Osipov G.V. *Sotsiologiya i sotsialnoe mifotvorchestvo* [Sociology and Social Mythmaking]. Moscow, Norma-Infra-M Publ., 2002. 616 p.

10. Plenkov O.Yu. *Triumf mifa nad razumom (nemetskaya istoriya i katastrofa 1933 goda)* [The Triumph of Myth Over Reason (German History and the Catastrophe of 1933)]. Saint Petersburg, Vladimir Dal Publ., 2011. 608 p.

11. Smirnov M.Yu. *Rossiyskoe obshchestvo mezhdu mifom i religiyey: Istoriko-sotsiologicheskoy ocherk* [Russian Society Between Myth and Religion: Historical and Sociological Essay]. Saint Petersburg, Saint Petersburg University Publ., 2006. 228 p.

12. Sorel Zh. *Razmyshleniya o nasilii* [Reflections on Violence]. Moscow, KRASAND Publ., 2011. 168 p.

THE MECHANISM OF THE MYTHS' IMPACT ON SOCIETY DEVELOPMENT

Andrey Gennadievich Ivanov

Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor,
Department of Public and Municipal Administration and Management,
Lipetsk Branch of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
agivanov2@yandex.ru
Internatsionalnaya St., 3, 398050 Lipetsk, Russian Federation

Abstract. The article shows the impact of myths on society development. The impact is presented as “the algorithm” of work of the myth, where the key role belongs to the mythmaker (the political elite). Schematically this algorithm can be summarized as follows: (1) the mythmaker (elite) – (2) myth as an instrument of the authority – (3) context – (4) myth as a call and guide to action – (5) templates – (6) the operation of the myths – (7) the competition of myths / competition of mythmakers (elite) – (1) new mythmaker (new elite)... The article demonstrates the technology of myth implementation into the social consciousness from the perspective of the mythmaker (the myth's sender) and from the perspective of the mythical (the myth's recipient) respectively. It is assumed that mythogenic factors (image, brand, dogma, etc.) take an important place in social spheres. The term of “conceptual notion – attractor of the mythological” is introduced. This term demonstrates the processes of functioning of modern myths. Examples of “conceptual notions – attractors of the mythological” (exchange, revenge, sacred leader, rituals of transition, mythologem, ideologem, war, game, etc.) are correlated with the elements of social mythology. Such elements are ontological (ideas of the parts and the hole, time, space, causation), gnosiological (archaic thinking, mythopoetic world perception, mythological consciousness), axiological (faith, ideas of sacral and profane, identification), praxiological (myth, ritual). Society appears as an arena of competition of myths. The conclusion is about the cyclical operation of the myths and elites.

Key words: social myth, mythogenic factor, algorithm of myth work, conceptual notion – attractor of the mythological, mythmaker, element of social mythology.