

Карпини и Гильома де Рубрука. Серия: Путешествия. Открытия. Приключения. - Алматы: Ғылым, 1993.

4. Омырзаков Т.М. Священный Казыгурт - колыбель просветленного человечества или путь к истине. - Алматы, 1996.

5. Шәкарім Құдайбердиев шығармалары: Олеңдер, дастандар, қара сөздер. -

6. Алматы: Жазушы, 1988.

7. Валиханов Ч.Ч. Следы шаманства у киргизов. -

Собрание сочинений в 5-ти томах, Т. 4. - Алма-Ата: Главная редакция Казахской советской энциклопедии, 1985.

8. Мустафина Р.М. Представления, культы, обряды у казахов. - Алма-Ата: Казак университеті, 1992.

9. Диваев А.А. Несколько слов о могиле святого Хорхута ата // Этнографические материалы, Вып. V. - Ташкент, 1996.

А. Х. Рамазанова

МИФ КАК СРЕДСТВО УПРАВЛЕНИЯ И МАНИПУЛЯЦИИ

В наше время слова «миф» и «мифология» весьма часты в идеологических высказываниях. Создается впечатление, что уровень «мифологичности» общественной жизни у нас за последнее время чрезвычайно возрос, и мы из царства науки и рационализма шагнули в некую «мифологическую» эпоху.

На протяжении всего исторического развития миф основывается не только на фантастическом, но и нередко намеренно искаженном отражении реальной действительности. С древнейших времен в сознании народов создавались боги, герои и демоны. Но на каждом исторически обусловленном этапе развития общественного сознания мифы о них конструируются в соответствии с особенностями мышления людей определенной эпохи. Если на ранних ступенях общественного развития социальное мифотворчество выполняет функцию освоения окружающей действительности и сохранения целостности сознания народа, то в настоящее время миф все чаще выступает инструментом манипуляции.

Именно этот факт объясняет возникновение повышенного интереса специалистов к феномену мифа в современном обществе среди знаний в области социальной философии, психологии и социологии. В связи с чем они отмечают, что «возможности для создания и распространения массового социального мифа, а также для злоупотребления им с помощью средств массовой коммуникации в современном обществе не уменьшились, а во многом даже увеличились» [1, с. 61].

Когда в обиходной речи какое-нибудь сообщение называют мифом, это означает, что его не признают соответствующим реальности; в мифе видят фантом, рождаемый наивностью массового человека или сознательным умыслом властолюбцев.

Действительно, изменения вследствие информационной революции облегчили манипулирование массовым сознанием со стороны

определенных групп людей (идеологов) и парадоксальным образом предельно обеднили символический состав мифологических представлений.

Проблема «социальной мифологии» встала в XX веке, когда «в судьбе мифа произошли существенные перемены, и он стал использоваться как обозначение различного рода иллюзорных представлений, умышленно применяемых господствующими в обществе силами для воздействия на массы» [2, с. 190].

Ж. Сорелем отмечается высокая степень воздействия мифа, обусловленная его свойствами и функциями, показана эффективность идеологии, опирающейся на народную мифологию, но при этом существенно упрощен сам процесс внедрения социального мифа. Рассматривая социальный миф как «средство» к достижению цели, автор упускает из виду то обстоятельство, что, либо одномоментное использование мифа вообще не вызовет ожидаемой реакции, либо, воспринятый общественным сознанием идеологически преобразованный миф настолько в нем укоренится, что, запланированный как средство, он может существенно повлиять на конечный результат.

Э. Кассирер, рассматривая сущность и механизмы действия социальной мифологии, отмечает, что современная культура не уничтожает элементы мифа с корнем, а ставит их под свой контроль: «Ранее миф всегда считался продуктом некоей бессознательной социальной деятельности. Но теперь мифы создаются людьми, действующими в высшей степени сознательно и в соответствии с планом. Они прекрасно знают, что им надо и продумывают каждый свой шаг. С появлением этих людей мифам уже не позволено развиваться свободно и стихийно. Новые политические мифы ни коим образом не дикое плоды богатого воображения. Это изделия, изготовленные весьма умелыми и ловкими мастерами» [3, с. 154].

Признавая идеологическую направленность современных мифов, исследователь характеризует их следующим образом: «Перед нами предстал миф нового типа – миф полностью рационализированный. Нашему XX веку – великой эпохе технической цивилизации – суждено было создать и новую технику мифа, поскольку мифы могут создаваться точно так же и в соответствии с теми же правилами, как и любое другое современное оружие, будь то пулеметы или самолеты. Это новый момент, имеющий принципиальное значение. Он изменит всю нашу социальную жизнь» [4, с. 154].

Российский исследователь В.С. Полосин, анализируя архаические и современные мифы, определяет их как архетипы социального познания.

Истоки возникновения социальной мифологии обусловлены, по мнению исследователя, следующим обстоятельством: «Возникает историческое противоречие между потребностью общества в единстве восприятия своего исторического опыта через единую мифологическую память и отсутствием единой, естественно возникающей мифологии. Выходом из этого противоречия во все века было существование профессиональных социальных элит, способных с помощью чисто человеческого искусства, ремесла свести разнородные индивидуальные восприятия к общему архетипическому знаменателю» [5, с. 48-49].

Согласно В.С. Полосину, единство взаимопонимания в хранении социального опыта достигается посредством условного, установленного элитой единого кодирования, воспроизводства и раскодирования (демифологизации) данного опыта в различных сферах и формах: в художественном творчестве, в обучении и воспитании молодежи, в науке, в религии, в соответствующей направленности государственных учебных пособий по гражданской, военной, экономической, политической истории, в соответствующей идеологической пропаганде, равной попытке увязывания представлений элиты с естественной народной мифологией. Соответственно формируются элитарные кланы в различных сферах жизни: политике, экономике, военном деле, искусстве, религии. Так, естественная мифология, сменяется мифологией, создаваемой, хранимой и воспроизводимой узкими элитарными корпорациями.

Исследователь отмечает, что эти элиты вынуждены всегда опираться на объективно существующие в массовом сознании архетипы, «угадывать» их при каждом новом акте своего профессионального творчества. Элита, оторвавшаяся в своем мифотворчестве от народа,

создает лжемифы и неизбежно терпит социальный крах. Такого рода элиты объединяет умение создавать, воспроизводить и толковать иносказания, фиксировать, хранить и выявлять недоступный большинству *архетип* и закодированное в нем рациональное содержание социального опыта, творцом и носителем которого в целом является общественное сознание всего народа. Политическая элита понимается В.С. Полосиным как клан или человек, наделенный в общественном сознании умением оперировать всем совокупным опытом народа за всю его историю и имеющий право реализации «желаемого» народом с учетом этого опыта.

По мнению известного социолога, академика Г.В. Осипова социальная мифология – «предмет науки, изучающей возникновение, содержание и распространение мифов, социальную обусловленность мифотворчества» [6, с. 1]. Социальное мифотворчество умозрительно выдвигает тот или иной социальный миф и рассматривает его практическую реализацию как самоцель. Автор акцентирует внимание на том, что социальное мифотворчество имеет негативные последствия, выраженные в том, что оно «разоружает» людей, порождает новые иллюзии, ожидание нового чуда.

Воплощаясь в реальность, миф неизбежно сопровождается феноменом «обратных результатов», которые никто не предвидел и тем более не желал.

Социальное мифотворчество по своему существу является антиподом социальных наук. Более того, прикрываясь наукой, оно извращает реальные знания об обществе и человеке, способствуя небольшим властвующим элитам удерживать власть в своих руках. Стремление захватить и удержать власть требует циничного, прикрывающегося лицемерием, сознательного обмана народа. Соответственно социальные мифы конструируются, выбираются и пропагандируются исходя не из того, насколько они соответствуют науке, а в зависимости от того, как они влияют на социальное поведение людей.

Позитивное, созидательное действие социальной мифологии, более эффективное по сравнению с традиционными формами идеологического воздействия отмечает американский социолог А. Винер. В частности, в своей работе «Великолепный миф: формы управления в постиндустриальном обществе» он ставит вопрос о выработке так называемых целеполагающих мифов. При этом слово «идеология» он употребляет только в отрицательном значении, подразумевая под ним отживший миф, такое духовное явление, которое утратило свою способность объединять помыслы людей.

История, сама жизнь показали, что очень часто народные массы оказываются под воздействием не столько разума, сколько эмоций, страхов, мифов, т.е. определенного психологического состояния. Нередко мы наблюдаем, что масса поддается не убеждению, а внушению, воздействию на ее эмоции, верования. Иными словами, поведение масс людей очень часто определяется не рациональными, а иррациональными моментами.

Статус социального мифотворчества наиболее удобен для политиков и властных структур. Здесь не нужны глубокие научные исследования, здесь на смену практике и знанию приходят социальные мифы в облике лозунгов. Например, «Коммунизм – светлое будущее всего человечества» и т.д. И все это очень удобно.

Достаточно выдумать лозунг, объявить его «великим» вкладом в общественную жизнь и начать на основе этого лозунга или лозунгов «перестраивать», «реформировать», а то и «трансформировать» социальную действительность страны, при этом, не задумываясь о реальных последствиях для общества и человека. Благодаря такого рода социальным мифам, Казахстан, как и другие республики бывшего Союза втянулся в различного рода социальные преобразования, став «лабораторией» для различных социальных и политических «экспериментов».

Эпоха массовой информации заставляет использовать для управления обществом не столько силовые аргументы, сколько информационные технологии, основанные на знании человеческой природы, мифологической подоплеки коллективного бессознательного.

В информационном пространстве в огромных количествах и с невиданной быстротой продуцируются социальные, политические, экономические, религиозные мифы и, несмотря на свой иллюзорный характер, оказывают вполне реальное воздействие в качестве фактов социальной жизни. Новый миф превратился в средство социальной мобилизации и манипуляции общественным сознанием. Современная культура продолжает интенсивно продуцировать мифы, призванные связывать и канализировать общественную энергию, удовлетворять запросы общества массового потребления, например, простимулировать потребление продуктов, как это делает реклама, создать с помощью телевидения привлекательный имидж политического деятеля и т.д.

Новый миф выступает в виде ложной мобилизующей структуры, способной безболезненно вписывать человека и массы в социальную реальность, создавая при этом у своих adeptов впечатление истинности и состояние психологического комфорта. Так, например, столь широко внедренная в массовое сознание телевизионная реклама оказывает значительное воздействие на культурно-информационное пространство, создаваемое ею во многом 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 иллюзий, в худшем – делает объектом различных манипуляций.

Многие манипулятивные технологии могут быть перенесены в область массовой коммуникации, так как они находят свое выражение в фактах естественного языка.

Усложнение и ускорение социальных процессов, с одной стороны, а с другой – углубление рационализации всех сфер жизни привели на сегодняшний день к парадоксу: все более усложняющаяся рациональную картину мира можно отразить в массовом сознании только путем предельного опрощения социальных концепций – вроде концепций «конца истории», «столкновения цивилизаций» и т.п. Вместе с тем такого рода концепции сами становятся элементами социальных мифов, средствами воздействия на массовое сознание, духовно-нравственные ориентации и политический процесс.

1. Кара-Мурза С.Г. Краткий курс манипуляции сознанием. – М., 2002. – 210 с.

2. Гуревич П.С. Мифология социальная // Современная западная социо-логия: словарь. – М., 1990. – С. 190.

3. Кассирер Э. Техника политических мифов // Феномен человека. – М., 1993. – С. 64-86.

4. Там же.

5. Полосин В.С. Миф. Религия. Государство: исследование политической мифологии. – М.: Ладомир, 1999. – С. 40-94.

6. Осипов Г.В. Социология и социальное мифотворчество. – М.: Изд-во НОР-МА – ИНФРА, 2002. – 593 с.

Мақалада мифтің элеуметтік қоғамдағы атқаратын ролі қарастырылады. Миф өте күрделі феномен, қазіргі ақпараттық қоғамда алатын орны орасан зор.