

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА
ШЕВЧЕНКА
КАФЕДРА ЕТИКИ, ЕСТЕТИКИ ТА КУЛЬТУРОЛОГІЇ

Кваліфікаційна робота за спеціальністю 034 культурологія
на здобуття освітнього ступеня магістра культурології

«МІФ І СПЕЦИФІКА МІФОЛОГІЗАЦІЇ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА»

Студент-виконавець:

Мкртчян Едгар Вазгенович
освітній рівень магістр, II курс
спеціальність 034 “Культурологія”
ОНП “Культурологія”

Роботу захищено
з оцінкою _____

Науковий керівник:

Коробко Маргарита Ігорівна
к.ф.н., асистент
кафедри етики, естетики та культурології

Члени комісії:

« ____ » _____ 2024 р.

КИЇВ-2024

ПЛАН

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ВИЗНАЧЕННЯ МІФУ ТА МІФОЛОГІЗАЦІЇ ЯК МЕТОДОЛОГІЧНА БАЗА ДОСЛІДЖЕННЯ	
1.1 Теоретико-методологічні засади дослідження міфу та міфології.....	7
1.2 Концептуальний аналіз понять "міфологізація" та "соціальний міф".....	20
РОЗДІЛ 2. ІНСТРУМЕНТИ ТА МЕХАНІЗМИ МІФОТВОРЧОСТІ У СУЧАСНОМУ СВІТІ	
2.1 Інструментарій міфотворення: типологія та вплив на масову свідомість.....	33
2.2 Особливості та закономірності процесу конструювання соціальних міфів.....	44
РОЗДІЛ 3. МІФОЛОГІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ ІСТИТУТІВ ТА ПРАКТИК	
3.1 Міфологізація соціальних інститутів та практик у різних типах суспільств.....	59
3.2 Вибірчий процес і рекламна індустрія: міфологізація у дії.....	74
ВИСНОВКИ.....	86
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ	92

ВСТУП

Актуальність дослідження міфу та міфологізації суспільства у 21 столітті, зокрема в сучасних умовах, зумовлена низкою факторів, які характеризують нинішній світ. Глобалізація та розвиток інформаційних технологій призвели до безпрецедентного збільшення обсягу інформації, яку людина споживає щодня. Це створює сприятливі умови для поширення міфів, які спрощують складну реальність і пропонують готові відповіді на актуальні питання. Наприклад, теорії змови про COVID-19 чи міф про "плоску Землю" швидко поширюються в інтернеті. Соціальні мережі та месенджери, такі як Facebook, Twitter чи Telegram, стали потужними інструментами комунікації, які дозволяють миттєво поширювати міфи серед широкої аудиторії. Це підвищує ефективність міфотворчості як засобу впливу на масову свідомість.

Сучасне суспільство характеризується зростанням невизначеності, тривоги та страху перед майбутнім. Економічні кризи, пандемії, екологічні загрози, військові конфлікти та інші виклики створюють потребу в простих і зрозумілих поясненнях, які пропонують міфи. Вони дають людині відчуття контролю над ситуацією та надію на краще майбутнє. Так, під час пандемії COVID-19 поширювалися міфи про чудодійні ліки та змови фармацевтичних компаній. Політичні еліти активно використовують міфи для легітимації своєї влади, мобілізації мас та маніпуляції суспільною думкою. Наприклад, міф про "сильного лідера" чи "золоте минуле" часто експлуатується популістами. В умовах загострення геополітичної конкуренції та внутрішньополітичної боротьби міфи стають ефективною зброєю в інформаційних війнах.

У сучасних умовах актуальність дослідження міфу та міфологізації суспільства зберігається і, ймовірно, зростатиме. Це пов'язано з низкою подій та тенденцій, які мають місце сьогодні. Вибори різного рівня супроводжуються активним продукуванням та зіткненням політичних міфів, як-от міф про "чесного аутсайдера" чи "змову еліт". Розвиток штучного інтелекту та біотехнологій породжує міфи про загрози та перспективи цих технологій для людства, як-от міф про "повстання машин" чи "надлюдину".

Таким чином, дослідження міфу та міфологізації суспільства залишатиметься актуальним і затребуваним у 21 столітті, адже дозволятиме краще розуміти природу сучасних соціальних процесів, розробляти ефективні стратегії протидії деструктивним міфам та використовувати конструктивний потенціал міфотворчості для суспільного розвитку. Це особливо важливо в умовах інформаційного суспільства, де міф стає потужним інструментом впливу на масову свідомість і поведінку.

Ступінь наукової розробки теми. Феномен міфології, її структуру, зміст, форми та ступені впливу на індивідуальну й масову свідомість ретельно вивчали такі мислителі, як К. Леві-Строс, Х. Ортега-і-Гассет, Е. Касіреп, М. Еліаде, Р. Барт і Ф. Кесіді. Соціально-філософські аспекти міфології досліджував І. Бойченко. Соціально-психологічні особливості міфології розкриті у працях З. Фрейда, Е. Фромма, К. Юнга, В. Вундта, Г. Тарда і У. Джеймса.

Враховуючи, що соціальні міфи є феноменом масової свідомості, велике значення мають дослідження, присвячені аналізу масової свідомості та різним аспектам її функціонування. Зокрема, слід відзначити роботи Х. Ортега-і-Гассета.

Вагомим внеском у розробку проблематики соціальної міфології є праці таких українських дослідників, як В. Андрущенко, Д. Усова, Т. Розова, О. Балли, М. Зелінського, А. Ставицького, Ю. Романенко, А. Приятельчука, О. Донченко, Л. Губерського, М. Поповича, А. Єрмоленка, В. Шинкаренка, М. Міщенко, О. Мішучкова і Г. Носової.

Однак саме процес міфологізації сучасного суспільства висвітлені недостатньо. Також потребує уточнення питання впливу та значення міфологізації для функціонування соціальних інститутів та практик у сучасному суспільстві.

Об'єктом дослідження є концепції міфу та міфотворчості в контексті сучасного суспільства.

Предметом дослідження є специфіка міфологізації сучасного суспільства.

Метою дослідження є осмислення і аналіз концепцій міфу в контексті міфологізації сучасного суспільства, критичний огляд теорій міфотворчості.

Реалізація означеної мети передбачає вирішення конкретних **завдань**:

- визначення низки основних понять необхідних для проведення дослідження: міф, міфотворчість, міфологізація, соціальний міф;
- аналіз інструментів та механізмів міфотворчості в контексті сучасних соціально-політичних процесів, критичний аналіз основних концепцій міфотворчості;
- з'ясування ролі міфологізації у функціонуванні сучасних соціальних інститутів та практик;
- практичний аналіз міфологізації як необхідного елементу конкретних соціальних інститутів: вибори, реклама; обґрунтування доцільності їх аналізу в контексті міфологізації сучасного суспільства.

Новизна роботи полягає в тому, що в ній здійснено комплексний аналіз процесів міфологізації соціальних інститутів та практик у контексті сучасного суспільства. На відміну від попередніх досліджень, які зосереджувалися переважно на окремих аспектах міфотворчості, дана робота пропонує цілісний підхід, що враховує вплив глобалізації, розвитку інформаційних технологій та соціальних мереж на поширення та функціонування міфів у різних сферах суспільного життя. Розкривається не лише сутність та механізми міфологізації, а й проводиться порівняльний аналіз цих процесів у традиційних, тоталітарних та ліберальних суспільствах, виявляючи їх специфіку та закономірності. Особливу увагу надано ролі держави, політики, влади, реклами та виборів як соціальних інститутів та практик в процесах міфологізації сучасного суспільства. Робиться акцент на необхідності критичного осмислення міфів, розвитку медіаграмотності та раціонального дискурсу як засобів протидії деструктивній міфологізації та забезпечення сталого розвитку соціальних

інститутів. Таким чином, дослідження не лише розширює теоретичні знання про феномен міфологізації, а й має практичну цінність для формування стратегій демістифікації та раціоналізації суспільної свідомості.

Методи дослідження. Методологічну основу представленої магістерської роботи складають філософсько-світоглядні, загальнонаукові і спеціально-наукові методи, наукові підходи до пізнання політичних явищ, використання яких дозволило забезпечити обґрунтованість і достовірність результатів наукового пошуку. Зокрема, широко використовувались загальнонаукові методи: узагальнення, аналізу та синтезу, що уможливило всебічне визначення сутності та змісту ключових понять: міф, міфологія, міфологізація, міфотворчість, соціальний міф.

Так, для виявлення суперечливої природи розвитку феномену міфотворчості використовувався діалектичний метод. Для вивчення механізмів міфотворення в історичній динаміці застосовувався історичний метод. Визначення особливостей міфологізації в межах соціальних інститутів та практик сучасного суспільства стало можливим завдяки застосуванню методу системного аналізу. Порівняльний метод використовувався для виявлення особливостей процесів міфологізації в межах різних типів соціального устрою: традиційного, тоталітарного, ліберального. Методи аналізу, синтезу та узагальнення використовувалися для з'ясування специфіки міфологізації в межах таких соціальних інститутів як реклама та вибори.

Структура кваліфікаційної роботи: робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків та списку використаних джерел і літератури.

РОЗДІЛ 1. ВИЗНАЧЕННЯ МІФУ ТА МІФОЛОГІЗАЦІЇ ЯК МЕТОДОЛОГІЧНА БАЗА ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1 Теоретико-методологічні засади дослідження міфу та міфології

Питання міфу завжди цікавило мислителів у різні епохи. Від часів античності й до сьогодні феномен міфу не полишав уваги дослідників в Україні та по всьому світі. А нині інтерес до цієї теми став ще більшим через практичні потреби, які висуває сучасне інформаційне суспільство.

Роздуми про роль і природу міфів супроводжували розвиток людської цивілізації на всіх її етапах. Нинішня епоха не стала винятком - навпаки, міфологія опинилася в фокусі ще пильнішого вивчення. Адже витвори людської уяви мають безпосереднє значення в добу, коли інформація та комунікація відіграють визначальну роль у всіх сферах життя.

Міф може здаватися простим і непримітним, але варто лише придивитися уважніше, і ви побачите, наскільки він насправді складний і багатогранний. На перший погляд, він може здаватися примітивним і легким для розуміння, але насправді це надзвичайно складне і багатовимірне утворення.

Міф – це як хамелеон, який може набувати різних значень залежно від контексту. Він може бути і сном, і реальністю, і помилковим знанням, і божественним одкровенням. Він може бути полем для фантазії, знаряддям влади, історичною пам'яттю і ключем до майбутнього. Міф може бути маніфестом безсвідомого, навмисним обманом, колективною творчістю і вродженою установкою. Він може бути байкою, сакральним знанням, легендою, символом, алегорією, фольклором, поетичною метафізикою і навіть філософією.

Дослідження міфу – це подорож у невідоме, де кожен дослідник може обрати свій власний шлях. Тракткування міфу залежить від дослідницьких завдань, особистого світогляду дослідника і його ставлення до проблеми. Тому не дивно, що значення міфу можуть бути такими різноманітними і навіть суперечливими.

Звернемося до самих витоків слова "міф". Його індоєвропейські корені "meudh" і "mudh" означають "підкуватися про щось", "мати на увазі щось" і "пристрасно бажати чогось" [33, с. 48]. Це показує, наскільки важливим і значущим був міф для наших предків – він був не просто оповіддю, а чимось, про що вони дбали, що мали на увазі і чого пристрасно бажали.

Отже, міф – це не просто примітивна казка, а складне і багатогранне утворення, яке може набувати найрізноманітніших значень і трактувань. Це як дорогоцінний камінь, який потребує уважного і вдумливого дослідження, щоб розкрити всі його таємниці і красу.

Феномен міфу став предметом пильних роздумів у творчості видатного філософа Фрідріха Ніцше. Німецький мислитель критикував Сократа та "сократизм" за те, що їхній скептичний раціоналізм зруйнував давньогрецький міфологічний світогляд, що зрештою призвело до загибелі античної культури, позбавленої животворної творчої сили.

Ніцше протиставляв міф історії, вбачаючи у світовому становленні вічне повернення одвічного буття. Він заперечував філософські та логічні категорії як суб'єктивні ілюзії і протиставляв волю до пізнання втраченому міфу. Фрідріх Ніцше закликав до відродження міфотворчості як необхідного засобу відновлення культури й людини. Загалом, філософ наголошував на принциповій відмінності монолітних архаїчних міфів від раціоналізованих релігійних уявлень.

Цікавим є погляд на міфологію іншого впливового представника "філософії життя" – Анрі Бергсона. На його думку, провідна функція міфотворчої уяви полягає в протистоянні індивідуалістичним прагненням інтелекту, що можуть розколоти суспільну єдність. Бергсон вбачав у міфології та релігії природний захист від деструктивної сили інтелекту й страху смерті. Філософ визнавав за міфами позитивну роль у збереженні життя та стримуванні егоїстичних ексцесів розуму [5].

Таким чином, мислителі акцентували увагу як на інтегруючій, так і дезінтегруючій ролі міфу в релігійному та суспільному житті.

Питання співвідношення міфу та ритуалу привертало увагу багатьох етнографів. Джеймс Фрезер стверджував, що міф є похідним від ритуалу, його вторинним породженням [49, с. 163]. Однак подальші дослідження спростували це твердження. Зв'язок між міфами та обрядами в первісних культурах безсумнівний, проте навіть в найдавніших суспільствах існує чимало міфів, котрі не мають генетичного зв'язку з ритуалами. І навпаки, під час святкових дійств часто інсценізуються міфологічні сюжети. Міф – не словесне обрамлення дії чи відлуння обряду, а разом з ритуалом вони утворюють нерозривну єдність.

Визначний дослідник Броніслав Маліновський підкреслював, що в архаїчних культурах міф має не пізнавальне, а суто практичне значення. Його функція – підтримувати традиції та культурну спадкоємність племені через звернення до надзвичайних подій прадавньої історії [29, с. 114]. Міф кодифікує думку, зміцнює мораль, пропонує правила поведінки і санкціонує обряди, раціоналізує та виправдовує соціальні інституції. На думку Маліновського, міф для аборигена - не просто оповідь, а своєрідне "усне священне писання", реальність, що визначає долю світу та людей.

Ернст Кассіерер визнавав первинність ритуалу та інтуїтивне сприйняття людиною магічних сил перед виникненням міфу [60, с.54-58]. Він розглядав міфологію як автономну символічну форму культури, споріднену з мовою та мистецтвом, що має особливий спосіб об'єктивації емоцій і чуттєвих даних. Міф для Кассіерера – це замкнута символічна система з характерним функціонуванням та моделюванням навколишнього світу. Філософ поєднав інтуїтивно-емоційний вимір міфу з раціональним аналізом його творчого впорядкування та пізнавальної функції.

Специфіка міфологічного мислення полягає в нерозрізненні реального та ідеального, речі та образу, причини та наслідку. Через це схожість і суміжність сприймаються як причинно-наслідкові зв'язки. Міфічний простір є структурним, протилежним функціональності математики. Увесь космос

змодельовано за однією матрицею через опозицію сакрального і профанного, а також зв'язок з орієнтацією за сторонами світу.

Міфічна концепція часу пов'язана з ідеєю генези, становлення, історії. Минуле трактується як першопричина речей, а час постає формою духовного виправдання, святості. Первісний міфічний час перетворюється на емпіричний через просторові відношення. Таке розуміння дає змогу досягнути генезу міфу – від дорефлексивного до рефлексивного рівня.

У праці "Герой з тисячею облич" Джозеф Кемпбелл здійснив спробу узагальненого психоаналітичного прочитання міфології різних епох і народів, спираючись насамперед на юнгіанство. Він трактував міфи як поетичні образи, що народжуються з "надзвичайних" символічних стимулів [17, с.15-244]. Шукаючи біологічний субстрат архетипів Юнга, Кемпбелл звертався до гіпотез порівняльної психології та зоопсихології про спадкові відбитки образів, які викликають правильні інстинктивні реакції.

Дослідник виводив міфологічні сюжети з фізико-психологічних чинників (земне тяжіння, зміна дня і ночі) та універсальних вражень людського життєвого циклу – травми народження, едипового комплексу, ініціацій, старечої мудрості. За Кемпбеллом, у міфах відбулися такі фундаментальні спонуки: еротизм, жадоба влади, агресія та їхнє приборкання через соціалізацію, підкорення порядку й моралі. Його розвідки охопили як архаїчні міфи, так і розвинені міфології: індійську, вавилонську, скандинавську тощо.

У праці "Елементарні форми релігійного життя" Еміль Дюркгейм запропонував новий підхід до проблеми виникнення релігії, міфології та ритуалів [14]. Він критикував панівні в ХІХ ст. теорії "натуралізму" та анімізму Тейлора як галюцинативні уявлення чи хибні пояснення світу без опертя на реальність. Для Дюркгейма релігія і міфологія невіддільні від соціальної реальності, втіленої в колективних уявленнях суспільства, яке немовби обожає саме себе.

Специфіку релігії Дюркгейм пов'язував із категорією сакрального та опозицією сакрального і профанного, що відповідають колективному й

індивідуальному станам свідомості. Шукаючи елементарні форми релігії, він не зосереджувався на культах стихій чи магії, а звернувся до тотемізму австралійських аборигенів. На його думку, тотемний принцип – це гіпостазований родовий клан, уявлений у вигляді рослин і тварин-тотемів.

Дюркгейм показав, що тотемістична міфологія моделює й підтримує родову організацію. Відходячи від пояснювальної функції міфів, він наголошував на генезисі релігійно-міфологічних уявлень та важливості ритуалів для періодичного затвердження соціальної групи. Дюркгейм тлумачив тотемізм як "релігію безособової сили" ("мана"), де сакралізується не стільки об'єкт, скільки плем'я і певна модель світу, що сприймається як частина племені.

Вагомий внесок у теорію міфу зробив Люсьєн Леві-Брюль, досліджуючи специфіку первісного мислення. Його ідеї підірвали погляди класичної етнографії XIX ст. на міф як наївну раціональну спробу пізнання світу. Визнання Леві-Брюлем якісної відмінності первісного "дологічного" мислення ставило під сумнів еволюціоністські концепції переходу до сучасного мислення.

Леві-Брюль протиставляв "однобічний інтелектуалізм" англійської антропології французькій соціологічній школі, яка вказала на роль емоційних і моторних елементів у "колективних уявленнях". На його думку, ці уявлення є предметом віри, а не розмірковувань, мають імперативний характер. "Дикун" сприймає світ як єдине ціле, не диференціюючи природне і надприродне, на відміну від сучасної людини.

Розвиваючи ідеї Дюркгейма, Леві-Брюль ішов далі, стверджуючи, що колективні уявлення позбавлені логіки, а містичність домінує над відчуттями. Емоції та моторика, за його словами, замінюють логічні операції в цих уявленнях. Леві-Брюль наводив численні приклади неспроможності суто логічних пояснень міфологічних вірувань, зокрема ігнорування закону виключеного третього [24].

На думку французького дослідника, асоціаціями в колективних уявленнях керує "закон партиципації" (співпричетності), виникають містичні зв'язки між групами, просторовими напрямками, природними об'єктами. Простір і час мають якісний, неоднорідний характер. Причинність сприймається фрагментарно, увага зосереджена на невидимих силах. Пам'ять домінує над логікою, уявлення набуває силу умовиводу, а знак приймається за причину.

Аналізуючи мови архаїчних спільнот, Леві-Брюль виявив особливості міфологічного мислення: визнання неоднорідності простору і часу, образне забарвлення понять, неможливість відокремити властивості від предметів і число від обчислюваного. Міфи, на його думку, репрезентують містичну причетність до культурних героїв і предків, а не пояснюють світ.

Визначний французький етнолог і філософ Клод Леві-Строс запропонував оригінальну структуралістську теорію міфу. На його думку, етнологічний структурний синхронічний опис має певні переваги перед історичним діяхронічним дослідженням, яке вважав суб'єктивним та зосередженим на поверхневих процесах.

У праці "Елементарні структури спорідненості" Леві-Строс розглядав виникнення соціального життя крізь призму розвитку комунікацій та правил обміну, які трактував як знакові системи. Він показав, що системи спорідненості, шлюбних заборон та тотемних позначень є семіотичними моделями, підвладними структурному аналізу, подібно до природних мов [27].

Структуральний підхід дозволив Леві-Стросу описати логічні механізми первісного мислення. Він присвятив низку робіт аналізу міфів як специфічного продукту "примітивної" духовної культури, зокрема фундаментальну чотиритомну "Міфологію". Леві-Строс вбачав у міфології поле несвідомих логічних операцій та інструмент подолання протиріч [25].

На його думку, міф поєднує діяхронічну оповідну площину з синхронічною пояснювальною сутністю. Міфеми виявляють свою значущість як зв'язки між цими двома вимірами. Дослідник зосереджувався не на

синтаксисі оповіді, а на структурі мислення, вбачаючи в міфі конструювання предметно-процесуального світу відповідно до певної логічної матриці.

Леві-Строс акцентував цілісність міфологічного сюжету, організованість якого базується на логічних опозиціях та повторах. Він виявляв внутрішню логіку між, здавалося б, непов'язаними темами та мотивами в міфах.

На думку французького структураліста, міфологічне мислення оперує обмеженим набором предметних та чуттєвих елементів, вживаних одночасно і як матеріал, і як інструмент. Воно досягає своїх цілей ніби ненавмисно, через метафоричність та нескінченні трансформації вихідних бінарних опозицій. Леві-Строс називав цей процес своєрідним "інтелектуальним бриколажем" [26]. Леві-Строс розглядав міф як своєрідний логічний апарат, призначений для розв'язання глибинних суперечностей шляхом посередництва та прогресивної медіації. Однак, мова йде не про фактичне вирішення цих протиріч, а радше про їх своєрідне обходження, цілком у дусі міфологічного "бриколажу", описаного вченим. Суть механізму медіації полягає в заміні фундаментальної опозиції життя і смерті менш контрастними протиставленнями, як-от між рослинами і тваринами, а потім між травоїдними і хижаками. Остання опозиція, в свою чергу, знімається введенням у якість "культурного героя" тварини-падальника, такої як койот чи ворон в міфах індіанців північно-західного узбережжя. Аналізуючи індіанські міфи, Леві-Строс запропонував оригінальну інтерпретацію грецького міфу про Едипа. На його думку, ключовим тут є протиріччя між ідеєю автохтонної безперервності людського роду, що живе на землі подібно до рослин, і реальністю зміни поколінь як циклу народжень і смертей. Це протиріччя виражається через коливання між надмірною близькістю родичів (інцест) та її недооцінкою (вбивство членів сім'ї).

Видатний український мовознавець Олександр Потебня надавав великого значення вивченню "міфологічних прийомів" мислення в контексті історії літератури [39]. Основою його теорії є концепція "внутрішньої образної форми слова", яка протиставляється як зовнішній звуковій формі, так і абстрактному значенню. Ця внутрішня форма виступає чуттєвим знаком семантики слова, а

не розчленованість образу і значення, на думку Потебні, визначає специфіку міфу.

Як і більшість вчених ХІХ століття, Потебня розглядав міф і наукове мислення як свідомі акти думки та пізнання, пояснюючи об'єкт через сукупність раніше даних ознак, об'єднаних у свідомості словом або словесним образом. Проте, він вважав, що коли попередній зміст нашої думки стає не суб'єктивним засобом пізнання, а його джерелом, і образ, визнаний "об'єктивним", повністю переноситься в значення, тоді ми маємо справу з міфотворчістю. Багато міфів, на його думку, породжуються зовнішньою, а особливо внутрішньою формою слова.

Потебня частково спирався на ідеї міфологічної школи ХІХ ст., зокрема на праці Макса Мюллера, який вказував на важливість мови для формування міфів. Потебня стверджував, що мова є головним і первісним знаряддям міфології, а міф як сукупність образу (присудка), уявлення та значення (психологічного підмета) неможливо мислити поза словом, тому він належить до словесності та поезії [39, с. 589]. Однак, на відміну від Мюллера, Потебня не вважав, що мова спочатку була свідомо метафоричною, виражаючи поетично високі поняття, а потім через забуття первісної метафоричності стала породжувати міфи. Дослідник вбачав основу міфів у забутті первісного значення слів, свого роду "хворобі мови".

Потебня справедливо зазначав, що в мові спочатку панували не абстрактні, а конкретні значення, разом з тим і неусвідомлено метафоричні, адже "метафоричність є невід'ємною властивістю мови, і переводити її ми можемо тільки з метафори на метафору" [39, с. 590]. Він помітив, що образ замінює складне і важкозрозуміле близьким, наочним, одиничним, а образна символіка є полісемантичною. Таке глибоке розуміння метафоричності мови і метафоричної (символічної) природи міфу мало новаторський характер.

Дуже важливо, що Потебня звернув увагу на конкретність первісного мислення, "речовинність зображення", яка існує поруч із символізмом міфу. Шляхом аналізу фольклорних мовних текстів він виявив низку особливостей

первісного мислення, підкреслюючи при цьому, що інструменти мислення первісної і сучасної людини однакові. Сучасний дослідник, на його думку, "назвав би хмару коровою, якби про хмару і корову мав стільки знань, скільки древній арієць" [39, с. 593]. Хоча це судження досить прямолінійне, воно не завадило Потебні виявити деякі специфічні механізми міфотворчості.

На численних прикладах Потебня показав, що поєднання образів за подібністю або протилежністю, за їх близькістю в просторі та часі, відносини частини і цілого, різноманітні метафоричні і метонімічні сходження можуть породжувати уявлення про причинно-наслідкові зв'язки або про тотожність. Властивості речі поширюються на все, з чим вона якимось пов'язана, межує, контактує. В самому слові неподільні звук і значення, з чого випливають важливі наслідки для міфології слова. Міфологічне слово не розрізняє субстанцію й атрибути і схильне до субстантивного ототожнення, синтезу на основі порівняння, наприклад, "хмара — корова", "раковина — море", "кінь — ворон", "серце — вогонь". Саме існування слова стає доказом істинності його змісту; міфологічне розуміння слова, на думку Потебні, сприяло уявленню про прототипи речей.

Ідеї Т. Ящук щодо міфу в контексті історичного розвитку культури та суспільства є досить плідними. Вона підкреслює, що в міфологічному світосприйнятті час був неподільним, злитим з природою, позбавленим характеристик плинності, статичним і дискретним. Події та явища не мислилися в часовому континуумі. Ящук розглядає міф як етап і форму розвитку культури, що відзначається переходом від осмислення світу через сприйняття до осмислення через мову, речення, оповідання. Розкриваючи смислоутворюючу та праксеологічну природу міфу, дослідниця зазначає: "Міф завжди постає як програма, спрямована на подолання конфлікту, на синкретичне злиття всього з усім".

За її словами, міф є не лише етапом розвитку культури, але й її щаблем, який не зникає в сучасному суспільстві, а стає основою для нашарування нових форм культури іншого типу. Таким чином, Т. Ящук підкреслює важливість

міфу не тільки для розуміння минулого, але й для осмислення сучасних культурних процесів [56, с.59].

На тлі аналізу попередніх досліджень щодо міфу важливо з'ясувати сутнісне або принаймні попереднє визначення самого поняття "міф". Розглянемо кілька точок зору на цю проблему та спробуємо сформулювати адекватне робоче поняття досліджуваного феномену. У даному випадку метою не є охопити всі основні визначення, а лише вказати на існуючий плюралізм у цьому питанні.

У філософському енциклопедичному словнику, укладеному під керівництвом В. Шинкарука, міф трактується як комплексна система узагальнень, що базується на первісному людському досвіді та спрямована на виявлення фундаментальних основ світобудови, а також людського і природного начал у ній. На відміну від пізніших наукових абстракцій, ці узагальнення характеризуються яскраво вираженим конкретно-чуттєвим та антропоморфним характером [43, с. 386].

Таке визначення акцентує увагу на тому, що міф є результатом синтезу та систематизації первинного досвіду людства, який виник у процесі осмислення навколишнього світу та місця людини в ньому. Цей досвід знайшов своє відображення у формі узагальнень, які, на противагу науковим абстракціям, що з'явилися значно пізніше, мають специфічну природу. Зокрема, вони відзначаються конкретно-чуттєвим сприйняттям дійсності та схильністю до олюднення природних явищ і процесів.

Ґрунтовними є висновки Ірини Гончарової в кандидатській дисертації "Проблема міфологічного символізму в контексті культури". Зокрема, вона подає авторське визначення та розрізнення понять дорефлексивного та рефлексивного міфу. Дорефлексивний міф, за її словами, це не система поглядів, а напівсвідомий образ світу, де ідея і річ майже тотожні, немає розчленування на емпіричний і надемпіричний світ, немає ієрархії цінностей, але міф передбачає первісне абстрагування від світу, що робить можливим предметно-практичне відношення до нього [11, с.28].

Гончарова зазначає, що рефлексивний тип міфологічного символізму передбачає диференційовану культуру, в якій існують різні типи раціональності, а міф можна розглядати як форму мислення, форму спостереження та форму життя. Виникнення рефлексивного міфу вона датує приблизно VIII ст. до н.е., коли міфічні елементи міфомислення замінюються способами образного та понятійного мислення. Дослідниця пише: "Виникає форма міфу, що тісно пов'язана з логосом. Міфологія доведена до розумної системи, може виступати як натурфілософія. У новому типі раціональності є розрізнення речі та ідеї, явища та сутності, що дозволяє не абсолютизувати причинні відносини та при цьому встановлювати закономірності буття"[11, с. 30].

В іншій дисертації Євгенії Батаєвої "Міф у релігії: проблема співвідношення міфічного виразу та релігійно-християнського змісту" подається спроба визначення релігійного міфу. Зокрема, авторка зазначає: "Поняття релігійного міфу визначається як вираження історичних подій, зустрічей людини з богом" [4, с.59]. Однак недоліком цього поняття є те, що воно бере до уваги лише внутрішній зміст міфу як розповіді, залишаючи поза увагою передумови становлення, соціально-політичні функції та структуру.

Таким чином, можна побачити, що визначення міфу є складним і багатогранним завданням. Різні дослідники акцентують увагу на різних аспектах цього феномену – від його ролі в архаїчному світогляді до зв'язку з релігією та сучасною культурою. Проте, незважаючи на відмінності в підходах, більшість авторів погоджуються, що міф є важливою формою осмислення світу, яка відіграє значну роль у розвитку людської свідомості та культури. Для подальшого дослідження цієї теми необхідно врахувати різні точки зору та спробувати синтезувати їх у цілісне робоче поняття міфу, яке б враховувало його структуру, функції та еволюцію в історичному контексті.

Визначення поняття "міф" є складним завданням, адже на нього впливають різноманітні філософські, ідеологічні та політичні чинники, які можуть бути зовнішньо привнесеними в проблематику міфу. Тому необхідно

обережно ставитися до дефініцій цього феномену та проаналізувати основні напрями його визначення, щоб виокремити адекватне тлумачення в контексті релігієзнавчого дослідження.

Мірча Еліаде розглядає міф як сакральну історію, що розповідає про події, які відбулися в часи "початку всіх начал" [54, с. 22]. Він описує потужні прояви священного в цьому світі. Однак таке феноменологічне визначення обмежує об'єкт дослідження, адже, наприклад, більшість давньогрецьких міфів за цим критерієм не можуть вважатися міфами.

Бронислав Маліновський розвиває цей підхід, вказуючи на те, що міф з'являється тоді, коли обряд, церемонія, соціальний чи моральний закон потребують утвердження або підтвердження їх древності, реальності та святості [29, с. 104]. Він акцентує увагу на культурологічному контексті та соціальних функціях міфу, визначаючи його як побічний продукт живої віри, що потребує чудес, соціальних підвалин, які вимагають прецеденту, та морального закону, якому необхідне виправдання"[29, с. 143].

Існує ще одне визначення міфу як фетишистського опредмечення задумів, що стимулюються ззовні даної групи людей і спрямовані на майбутнє [12, с.123]. Це визначення постулює, що людина є істотою, спрямованою на майбуття, і її діяльність не вкладається у схему подразнення/відповідь. Міф виступає виразом потреб людини.

Інша позиція розглядає міф як зв'язну інтерпретацію процесів світу, організацію сприйняття їх людиною в умовах відсутності абстрактних понять [6, с.14]. Тут міф постає як своєрідна філософія первісної людини, що відзначається конкретністю сприйняття.

Володимир Пропп, видатний дослідник фольклору, пропонує своє бачення міфу як розповіді про божественні сутності, в реальність яких вірять люди. При цьому він наголошує, що віра в цьому контексті є не стільки психологічним, скільки історичним фактом. Пропп також звертає увагу на те, що відмінність між міфом і казкою полягає не в їхній формі, а в соціальній функції, яку вони виконують [42, с.123-124]. Таким чином, вчений, розвиваючи

ідеї Броніслава Маліновського, підкреслює, що міф формується у ментальному просторі людини, але при цьому зосереджується саме на божественних істотах та їхніх діяннях.

З іншого боку, Карл Абрагам, послідовник засновника психоаналізу Зигмунда Фрейда, розглядає міф як фрагмент прожитого духовного досвіду народу. На його думку, в міфах знаходять відображення дитячі бажання та прагнення цілих народів [1, с. 59]. У такому трактуванні міф постає як своєрідна прадавня історія людської спільноти, яка, будучи пропущеною через призму психоаналітичного розуміння дитинства, відображає колективний досвід і несвідомі імпульси. Отже, Абрагам наголошує на психологічному вимірі міфу, вбачаючи в ньому відбиток раннього етапу розвитку людської психіки та культури. Наведені підходи до осмислення міфу, попри їхні відмінності, мають спільну рису – вони розглядають міф як феномен, глибоко вкорінений у людській свідомості та досвіді. Проте, якщо для Проппа ключовим є релігійно-історичний аспект міфу, то Абрагам робить акцент на його психологічному підґрунті. Ці два погляди доповнюють один одного, дозволяючи глибше зрозуміти сутність і значення міфу в житті людини та суспільства.

Враховуючи проведений аналіз, можна зазначити, що міф має сутнісну кореляцію з мовою та її структурою, а також виконує важливі функції в суспільстві, такі як інтегруюча, культова, світоглядна та психотерапевтична. Тому доцільно наголосити на сакральному характері не лише розповідей про сакральні речі, а й самих розповідей.

Міф – це символічна розповідь, що відображає світогляд, цінності та потреби певної спільноти людей, слугує для інтерпретації та осмислення навколишнього світу, а також виконує важливі соціальні функції, такі як інтеграція суспільства, легітимація соціальних інститутів та психологічна компенсація.

Міф є продуктом колективної творчості, що передається від покоління до покоління і сприймається як сакральне знання. Він будується за особливими

законами міфотворчості, які відрізняються від раціональної логіки та причинно-наслідкових зв'язків. Міф оперує символами, метафорами та архетипами, що апелюють до емоцій та підсвідомості людини.

Водночас міф не є чистою вигадкою чи ілюзією, а відображає реальний досвід взаємодії людини зі світом, хоча й у специфічній символічній формі. Він є своєрідною "метамовою", за допомогою якої людина досягає глибинні істини буття, що не підлягають прямому раціональному осмисленню.

Отже, міф – це складний культурний феномен, що поєднує в собі символічну розповідь, соціальні функції та специфічний спосіб світосприйняття. Він відіграє ключову роль у формуванні та підтримці ідентичності спільноти, забезпечує зв'язок між поколіннями та слугує джерелом смислів і цінностей. Вивчення міфу дозволяє глибше зрозуміти особливості людського мислення та культури в їхньому історичному розвитку.

1.2 Концептуальний аналіз понять "міфологізація" та "соціальний міф".

В контексті нашого дослідження особливостей міфологізації сучасного суспільства доцільно визначити поняття соціальної міфології та міфологемізації. Хоч соціальна міфологія пов'язана з аналізом міфу як культурологічного феномену, однак вона має свою специфіку та сутнісне навантаження.

Соціальна міфологія має чимало спільних рис із традиційною міфологією, адже обидві виступають організуючою силою суспільства, забезпечуючи його духовну самоорганізацію, гармонізацію та впорядкування людського буття. Вони культивують власне бачення світу, цінності, ідеали, моделі соціальної поведінки та шляхи вирішення актуальних проблем. Крім того, виникнення як соціальних, так і класичних міфів зумовлене потребою компенсувати те, чого люди позбавлені. Обидва види міфів являють собою своєрідний "прорив" долі, звільнення від обмежень буття або зовнішньої необхідності, подолання

протиріч між мрією й дійсністю, бажаним і можливим, ідеальним і реальним, вічним і тимчасовим, загальним і одиничним за допомогою уяви [19, с. 57].

Водночас соціальна міфологія має суттєві відмінності від класичної. Зокрема, вона постулює іншу картину світу, яка є символічною, пронизаною специфічними світоглядними інтуїціями та спирається на особливі фундаментальні архетипи, будучи абсолютно реальною для представників даної міфологічної традиції. На відміну від традиційного міфу, що виникає в умовах вузького практичного досвіду, соціальний міф формується на основі ширшої, хоча й фрагментованої, практичної бази. Він не є оповіданням про богів чи надприродних істот, одухотворенням фантастичних явищ природи, а освячує "вічні" питання влади й підпорядкування, залежності й свободи, несправедливості й рівності [12, с. 63-64].

Відмінність між соціальною та архаїчною міфологією полягає і в їх ставленні до функціонального часу. Якщо архаїчний міф звернений до минулого, яке не потребує раціоналізації, то соціальний міф орієнтований на сьогодення й майбутнє, а тому неодмінно актуалізується й раціоналізується.

Це зумовлює радикальну перебудову відносин раціонального й ірраціонального в соціальній міфології. На відміну від архаїчного міфу, що бере початок з ірраціональної ідеї, яка потім раціоналізується, соціальні міфи починаються з раціонального замислу, який згодом обдуманно наповнюється ірраціональним по суті, хоча й раціональним за формою змістом (досягнення, успіхи, обіцянки, демонстрація могутності тощо). Проте навіть ця формальна раціональність зазвичай набуває ірраціонального вигляду з культами, ритуалами, символами дійсності. Сама емоційність отримує досить раціональні імпульси, оскільки міф включає реальні цінності (справедливість, свобода, розум, політична могутність, славетна історія), звеличує реально існуючих або колись існувавших героїв, дійсно позитивні ідеї [21, с. 82].

Ще однією відмінною і водночас спільною рисою є те, що будь-який міф тяжіє до відкриття якоїсь таємниці буття, що дозволяє пояснити її та орієнтує на очікування подій, яких може й не бути, тобто на очікування дива. В

архаїчному міфі це розрахунок на прикмети, вмовляння надприродних сил, богів чи ідолів. У соціальному – віра в спілкування, зобов'язання, клятви та інші обіцянки, що не виключає щирості проєктів, намірів і очікувань. Незалежно від їх реалізації, це не змінює суті магічної техніки навіювання, яка відкриває шлях до реальних здійснень та міфології, з якої буває важко вибратися.

Міфи завжди присутні в складному суспільному організмі, але особливо активізуються в переломні епохи, періоди зрушень і корінної перебудови масової свідомості, якими були XIX-XX ст. Цей період характеризувався революціями, посиленням кризових процесів у капіталістичній економіці, соціальних відносинах, суспільній свідомості, появою гострих соціальних збурень, коли суспільство опинилося під владою стихійних спонукань. Як наслідок, багато дослідників відзначають наявність масового психозу, що створює сприятливу атмосферу для формування та поширення соціальних міфів, які завжди готові запропонувати вирішення найскладніших соціальних завдань: "Потребуючи підтримки, у стані кризи людина здатна захопитися, немов за рятівну соломинку, за будь-який міф, що може дати опору, допоможе знову знайти зміст життя та надію" [10, с. 151].

Тому осмислення подібних періодів в історії теоретиками різних напрямків, як правило, супроводжується й аналізом ролі та місця міфів під час кризових ситуацій. Не випадково французький історик і політичний діяч першої половини XIX ст. А. Токвіль, досліджуючи події Французької революції, зауважував, що люди ніби мали справу не з реальним суспільством з усіма його протиріччями, а з якимсь уявним суспільством, у якому все здається простим, зрозумілим, справедливим та однаковим. Уява натовпу відвернулася від того, що відбувалося насправді. "Дух натовпу парив в ідеальній державі, створеній уявою літераторів" [48, с. 118].

Таким чином, починаючи з кінця XIX ст. поступово формується поняття соціального міфу, окреслюються його особливості. Зокрема, відомий німецький соціолог М. Вебер, дійшовши висновку, що світ втратив свою магічну таємницю, зазначає: "Люди знають або вірять у те, що варто лише захотіти, і у

будь-який час про все це можна дізнатися; що, отже, принципово немає ніяких таємничих, непіддатливих людському розуму сил, які тут діють, що, навпаки, всіма речами у принципі можна оволодіти шляхом розрахунку" [9, с. 713-714].

На сьогодні не існує єдиного, загальноприйнятого розуміння соціального міфу. Дослідники пропонують широкий спектр характеристик, якостей як ранньої, так і соціальної міфології, їх функцій та структурних особливостей. Але, передусім, необхідно дослідити саме поняття соціальної міфології та її специфіку.

Соціальну міфологію слід розглядати, з одного боку, як міфологічний рівень суспільної свідомості, з яким пов'язане функціонування архетипів та інших форм дорефлексивного некритичного цілісного сприйняття дійсності, а з іншого – як особливу форму включення елементів міфологічної свідомості у неміфологічну за своєю природою сучасну культуру. З огляду на це, особливе місце в сучасній соціальній міфології відіграють ті соціальні міфи, які стали об'єктом і засобом здійснення політико-ідеологічної практики.

Соціальна міфологія є складним і багатограним феноменом, який можна розглядати у двох взаємопов'язаних аспектах. По-перше, вона являє собою специфічний рівень суспільної свідомості, що характеризується функціонуванням архетипів та інших форм дорефлексивного, некритичного, цілісного осягнення дійсності. Цей рівень відображає глибинні, часто неусвідомлювані пласти колективного досвіду, які визначають сприйняття та інтерпретацію людьми навколишнього світу.

По-друге, соціальну міфологію можна трактувати як особливий спосіб інтеграції елементів міфологічного мислення в сучасну культуру, яка за своєю сутністю не є міфологічною. Йдеться про те, що навіть у раціоналізованому, секуляризованому суспільстві міфологічні структури та образи продовжують відігравати важливу роль, адаптуючись до нових умов і набуваючи нових форм вираження.

У контексті сучасної соціальної міфології особливої значущості набувають ті міфи, які активно використовуються в політико-ідеологічній

практиці. Вони стають не лише об'єктом маніпуляцій з боку влади та різноманітних політичних сил, а й ефективним інструментом впливу на масову свідомість, легітимації певних ідей, цінностей і моделей поведінки. Такі міфи здатні мобілізувати людей на досягнення визначених цілей, формувати їхню ідентичність, обґрунтовувати і виправдовувати ті чи інші соціальні та політичні дії.

Отже, соціальна міфологія постає як невід'ємний компонент суспільного життя, який, з одного боку, відображає глибинні, архетипічні рівні колективної свідомості, а з іншого – активно залучається до процесів конструювання соціальної реальності, зокрема в політико-ідеологічній сфері. Вивчення цього феномену дозволяє краще зрозуміти механізми функціонування суспільства, роль ірраціональних факторів у його розвитку, а також особливості взаємодії міфологічного та раціонального начал у сучасній культурі.

Соціальний міф має свої унікальні характеристики, які відрізняють його від інших форм осягнення дійсності. На відміну від наукового пояснення реальності, міф не прагне до об'єктивного відображення фактів і не ставить собі за мету викривлення дійсності. Натомість він здійснює своєрідне зміщення акцентів, деформуючи свідомість масової людини, яка не встигає адаптуватися до стрімких змін навколишнього світу.

У цьому контексті міф виконує компенсаторну функцію, допомагаючи індивіду впоратися зі складними інтелектуальними проблемами шляхом їх редукції до простих бінарних опозицій "добре-погано". Така спрощена картина світу звільняє людину від тягара відповідальності за власний вибір, адже в міфологічному просторі все постає як очевидне й безальтернативне.

Соціальний міф скасовує багатовимірність і неоднозначність людських вчинків, зводячи їх до примітивних схем. Він не заохочує до глибокого осмислення реальності, а пропонує задовольнятися безпосередньою даністю. У результаті світ міфології постає як простий, зрозумілий і сповнений ясності, що створює ілюзію блаженного спокою і гармонії.

Однією з ключових властивостей соціальної міфології є її "спонтанність", тобто незалежність від волі окремих осіб чи інститутів, причетних до її створення. Ця спонтанність зумовлена тим, що соціальна міфологія формується у процесі взаємодії домінуючої ідеологічної концепції з уже існуючими стереотипами громадської свідомості. У результаті такої взаємодії соціальна міфологія стає невід'ємним елементом суспільної свідомості й починає розвиватися за її внутрішніми законами.

Водночас слід зазначити, що зміни в суспільній свідомості можливі лише за умови відповідних трансформацій у громадській свідомості, свідомо досягти яких надзвичайно складно [67, с. 16-17]. Це означає, що соціальна міфологія є не лише продуктом цілеспрямованого конструювання, а й результатом складних і часто непередбачуваних процесів взаємодії різних рівнів суспільної свідомості.

Таким чином, соціальний міф постає як специфічна форма осягнення дійсності, що спрощує і схематизує картину світу, звільняючи людину від необхідності критичного мислення і відповідального вибору. Водночас соціальна міфологія є продуктом складної взаємодії ідеологічних концепцій і стереотипів громадської свідомості, що зумовлює її "спонтанний" характер і відносну незалежність від волі окремих суб'єктів.

Соціальний міф як феномен суспільного буття є багатограним та неоднозначним явищем, яке привертає увагу дослідників з різних галузей знань. Його властивості та функції у соціумі мають амбівалентний характер, що зумовлює широкий спектр інтерпретацій та оцінок.

Насамперед, соціальний міф здатний здійснювати потужний вплив на суспільну думку, що пояснюється специфікою міфологічного мислення. Воно лежить в основі раціонального мислення індивідів, однак, часто не усвідомлюється ними. Таким чином, людина, перебуваючи під владою міфологічних конструктів, рідко розуміє причини своїх ціннісних орієнтацій та преференцій.

Важливою функцією соціального міфу є орієнтація людей у суспільстві, причому вона має як екстравертний, так й інтровертний вектори. Міф використовує образи, які забезпечують його запам'ятовування, впізнаваність та цілісність. Водночас, будь-який образ допускає варіативність тлумачень деталей, що дозволяє міфу набувати індивідуальних рис для кожної окремої людини.

Соціальний міф, не будучи чистою інформацією, містить елементи, які здатні переконати аудиторію у можливості описуваного шляхом впливу на розумову та чуттєву сфери свідомості. Проте, окрім правдоподібності, такий міф має спиратися на існуючі у суспільстві традиції. Адже неможливо впровадити в суспільну свідомість нові життєві цінності, протиставляючи їх традиційним. Формування нових міфів завжди невіддільне від вже існуючого коріння.

Соціальні міфи, які мають на меті досягнення конкретної соціальної цілі, часто байдужі до методів її реалізації. Це характерно для міфології радянської доби з її ідеєю фізичної ліквідації класових ворогів на шляху до справедливого суспільства, а також для міфології націонал-соціалізму, яка виправдовувала знищення інших народів задля забезпечення життєвого простору.

Сила впливу соціального міфу на об'єкт залежить від майстерності його конструювання й варіюється від високого ступеня до незначного. При невмілій побудові вплив може бути відсутнім взагалі. Тому важливо враховувати чинники, які перешкоджають поширенню й впровадженню міфів у суспільну свідомість, оскільки їхня дія здатна значно знизити ефективність навіть геніально створеного міфу.

Ефективний мотивуючий вплив на соціум можливий лише за умови, що соціальна мета, декларована міфологією, сприймається більшістю як однозначно приваблива та позбавлена прихованих негативних наслідків. Адже гармонізація світосприйняття є однією з основних інтенцій міфологічної свідомості. Звідси випливає прагнення творців соціальної міфології представляти її як гармонійну, несуперечливу соціальну концепцію.

Також слід зазначити, що вектор суспільного розвитку, заданий актуальною соціальною міфологією, сприймається членами соціуму як "фатум", як непереборний рух у визначеному цією міфологією напрямі, навіть якщо наслідки цього руху видаються індивіду небажаними [53, с. 47]. Тобто соціальна міфологія задає програму соціальної дії, принцип консолідації суспільства і є стрижнем, довкола якого формується соціальна взаємодія. Навіть опоненти домінуючого соціального міфу змушені діяти в парадигматично-смысловому полі, сконструйованому на його основі, тим самим мимоволі його підтримуючи.

Соціальна міфологія може бути відкинута суспільством чи індивідом лише за наявності "альтернативної" міфології. Її функція, за Р. Мертоном, "полягає у визначенні соціально-структурного джерела масових розчарувань, у зображенні альтернативної структури, яка не повинна призвести до розчарування гідних" [30, с. 94]. "Альтернативна" соціальна міфологія заперечує "старий" соціальний міф, засуджує породжені ним суспільні реалії та формує нову соціальну мету, образ бажаного соціального порядку [32, с. 48]. При цьому трансформуються інтереси соціальних груп, способи їх реалізації та усвідомлення.

Соціальні міфи можна класифікувати за різними критеріями. Так, залежно від часу існування та впливу на масову свідомість, розрізняють довгострокові (основа міфології конкретного суспільства) та флуктуативні (виникають під впливом конкретної ситуації) міфи. За спрямованістю впливу виділяють зовнішні (орієнтовані на аудиторію поза межами країни) та внутрішні (засновані на традиціях реального життя суспільства) міфи. Глобальні міфи актуальні як усередині суспільства, так і поза ним, лежать в основі ідеології, внутрішньої й зовнішньої політики держави. Регіональні міфи мають політичний характер і спрямовані на боротьбу за сфери впливу в регіоні. Загальнодержавні міфи формуються всередині країни й визначають світогляд нації. Міждержавні міфи обслуговують відносини між державами, спрямовані на їх стабілізацію чи погіршення.

Незважаючи на різноманіття видів соціальних міфів, їх загальною метою є спонукання до конкретної соціальної реакції шляхом формування бажаного уявлення про певний об'єкт. Негативне ставлення до соціального міфу демонстрували французькі структуралісти, зокрема Р. Барт, який вбачав у сучасному буржуазному суспільстві "переважну сферу міфологічних значень" [57, с. 124]. Проте соціальний міф не можна розглядати як суто негативне явище. Багато філософів (А. Шопенгауер, Ф. Ніцше, С. К'єркегор, К. Юнг) підкреслювали його позитивний зміст. Так, Ф. Ніцше писав, що без міфу культура втрачає "здоровий творчий характер природженої сили", а образи міфу стають на варті молодій душі, допомагають витлумачити життя й битви [12, с. 47].

Таким чином, простір соціальної міфології є надзвичайно об'ємним, багатомірним та насиченим. Попри стійкий стереотип щодо архаїчності та ірраціональності міфу, сучасна соціальна міфологія постає як сукупність штучно створених емоційно-ціннісних уявлень на межі свідомого й несвідомого, які впроваджуються в суспільну свідомість з метою отримання потрібних соціальних реакцій.

Перейдемо до визначення поняття міфологізація. Найпростіше визначення: міфологізація – це процес творення міфів. Відповідно доречним є синонім міфотворчість.

Однак складність культурного, соціального, політичного контекстів призводить до поліваріантності визначення цього поняття. Відповідно робоче визначення доцільно корегувати співвідносно з завданнями та специфікою дослідження.

У своїх роздумах про сутність міфу протестантський богослов Р. Бультман висловлює думку, що справжня мета міфологічних оповідей – це відображення людиною самої себе та свого місця у світі. За його словами, міф слід розглядати не з точки зору космології, а крізь призму антропології [7, с. 103-104]. Важко не погодитись з таким твердженням, проте варто додати, що міф також виконує важливу світоглядну функцію: він інтерпретує світ, людину

та їхній взаємозв'язок у контексті конкретної історичної епохи. Отже, процес міфологізації – це, по суті, тлумачення світу в рамках певного світобачення.

Виходячи з цього, ми стикаємось з парадоксальним висновком: міфологізація відбувається безперервно, незалежно від того, чи ми "зачаровуємо" світ, чи, як сказав би Макс Вебер, "розчаровуємо" його. Річ у тім, що старі уявлення та концепції постійно замінюються новими, які суспільство сприймає як цінність. Історія та культурологія яскраво демонструють, наскільки поняття свободи, рівності, братерства чи справедливості залежать від контексту. З огляду на природу міфологізації, говорити про деміфологізацію як про повне припинення міфотворчого процесу досить складно. Адже відбувається лише переосмислення світу в термінах наступної історичної доби. Цей процес доцільніше називати реміфологізацією, оскільки сучасніші поняття виконують ту саму роль, що й їхні попередники, просто вони більш релевантні для нинішнього покоління. Світ, просякнутий міфами, оновлюється, перезавантажується з новою версією міфологізації, подібно до того, як смартфон отримує свіжу версію операційної системи.

Дослідження феномену міфологізації вимагає застосування широкого спектру методологічних підходів, серед яких особливе місце посідає метод філософської рефлексії. Філософська рефлексія, яку визначають як тип філософського мислення, спрямований на усвідомлення та обґрунтування власних передумов, що потребують спрямування свідомості на себе, дозволяє вийти за межі емпіричного рівня дослідження та здійснити найширші узагальнення, піднявши аналіз до філософського категоріального рівня. Саме завдяки філософській рефлексії стає можливим виявлення найбільш глибоких, сутнісних характеристик феномену міфологізації та продукування нових смислів філософських категорій. Без застосування методу філософської рефлексії предмет дослідження "може усвідомлюватися або суто феноменологічно, себто виключно на рівні фіксації та опису її одиничних проявів (актів) у тих чи інших формах безпосередньої соціальної дійсності, або ж теоретично репрезентуватись на рівні загального... а не як цілісний

соціокультурний феномен, віртуальна безмежність якого задається (детермінується) актуальною безмежністю об'єктивної діалектики" [34, с. 7].

Процес міфологізації зумовлюється комплексом внутрішніх і зовнішніх факторів. До основних детермінант соціальної міфотворчості можна віднести: комунікативну (потреба в комунікації та інформації), гносеологічну (потреба в пізнанні дійсності), соціальну (потреба в спілкуванні), психологічну (прагнення мати впевненість у теперішньому і майбутньому), політичну й ідеологічну (потреба у легітимізації влади політиків і політичних партій, схвалення зовнішньо- та внутрішньополітичного курсу держави), культурологічну (поширення нової культурно-естетичної та філософської концепції постмодернізму).

На основі проведеного аналізу пропонуємо авторське визначення поняття міфологізації: міфологізація – це процес спонтанного або цілеспрямованого створення особливої міфологічної реальності з метою підміни об'єктивної дійсності задля впливу на масову свідомість, маніпуляції суспільною та індивідуальною свідомістю. Міфологізація свідомості є невід'ємним супутником людства протягом усієї його історії, а одним з найбільш масштабних її проявів можна вважати релігію. При цьому міфологізація може розглядатися як ефективна технологія управління великими масами людей з боку владних еліт.

У сучасних умовах основною одиницею реалізації процесу міфологізації виступає соціальний міф, під яким слід розуміти спонтанно або спеціально створений смисловий конструкт, що ґрунтується на актуальних у даний момент часу для певного соціуму або спільноти уявленнях та ідеалах і слугує засобом регуляції суспільно-політичних відносин.

Таким чином, феномен міфологізації масової свідомості є складним і багатоаспектним явищем, дослідження якого вимагає залучення широкого спектру методологічних підходів, серед яких особливе місце посідає метод філософської рефлексії. Міфологізація виступає процесом створення особливої міфологічної реальності з метою підміни об'єктивної дійсності задля впливу на

масову свідомість і може розглядатися як ефективна технологія управління суспільством з боку владних еліт. Основною одиницею реалізації процесу міфологізації в сучасних умовах є соціальний міф, який ґрунтується на актуальних для певного соціуму уявленнях та ідеалах і слугує засобом регуляції суспільно-політичних відносин.

Міфологізація – це процес конструювання та поширення в суспільній свідомості особливої символічної реальності, яка базується на сукупності взаємопов'язаних міфів, легенд, стереотипів та архетипічних образів, що формують цілісну картину світу та задають певні моделі поведінки й інтерпретації дійсності.

Обґрунтуємо цю думку:

1. Міфологізація виступає як процес конструювання, а не лише спонтанного виникнення міфологічної реальності. Це підкреслює активну роль суб'єктів міфотворчості (еліт, мас-медіа, культурних діячів тощо) у формуванні та поширенні міфів.
2. Міфологізація базується не лише на окремих міфах, а на цілісній системі взаємопов'язаних міфологічних елементів (міфів, легенд, стереотипів, архетипів), які утворюють своєрідну символічну реальність, що існує паралельно з об'єктивною дійсністю.
3. Міфологічна реальність не просто підміняє об'єктивну дійсність, а формує особливу картину світу, яка задає певні моделі поведінки та інтерпретації подій і явищ. Таким чином, міфологізація впливає не лише на свідомість, а й на практичну діяльність людей.
4. Міфологізація є невід'ємною складовою суспільного життя, оскільки міфологічна реальність відіграє важливу роль у процесі соціальної інтеграції, легітимації владних відносин, формуванні колективної ідентичності тощо.
5. Запропоноване визначення акцентує увагу на символічному характері міфологічної реальності, що дозволяє розглядати міфологізацію не лише

як ірраціональний процес, а й як особливу форму символічної репрезентації дійсності.

Таким чином, запропоноване визначення міфологізації розширює розуміння цього феномену, акцентуючи увагу на активній ролі суб'єктів міфотворчості, системному характері міфологічної реальності та її символічній природі, а також підкреслюючи значення міфологізації для функціонування суспільства в цілому.

ВИСНОВКИ ДО ПЕРШОГО РОЗДІЛУ

Міф – це складне та багатогранне явище, яке можна розглядати з різних точок зору, залежно від контексту та цілей дослідження. Він може бути інтерпретований як сон, реальність, хибне знання, божественне одкровення, простір для уяви, інструмент влади, історична пам'ять чи ключ до майбутнього.

Видатні мислителі, такі як Фрідріх Ніцше, Анрі Бергсон, Ернст Кассілер та інші, глибоко вивчали роль і значення міфу в суспільному житті та культурі. Вони досліджували взаємозв'язок між міфом і ритуалом, підкреслюючи їхню нероздільність. Особливу увагу вони приділяли специфіці міфологічного мислення, яке характеризується злиттям реального та ідеального, предмета та образу, причини та наслідку.

Соціальна міфологія має спільні, але водночас і відмінні риси порівняно з архаїчною. З одного боку, вона теж виконує функцію структурування та впорядкування людського існування, культивує своє бачення світу, цінності та ідеали. З іншого боку, соціальна міфологія формується на основі ширшого практичного досвіду, освячує питання влади й підпорядкування, залежності й свободи, орієнтована на сьогодення й майбутнє.

Міф можна охарактеризувати як символічну оповідь, що відображає світогляд, цінності та потреби певної людської спільноти. Він слугує для інтерпретації та осмислення навколишнього світу, а також виконує важливі соціальні функції: інтеграцію суспільства, легітимацію соціальних інститутів, психологічну компенсацію. Міф будується за особливими законами

міфотворчості, відмінними від раціональної логіки, оперує символами, метафорами та архетипами.

Міфологізацію можна трактувати як процес творення особливої міфологічної реальності з метою підміни об'єктивної дійсності задля впливу на масову свідомість, маніпуляції суспільною та індивідуальною свідомістю. Вона може відбуватися спонтанно або цілеспрямовано, бути ефективною технологією управління великими масами людей з боку владних еліт. Міфологізація свідомості супроводжує людство впродовж усієї його історії, а одним з найбільш масштабних її проявів є політика та релігія.

У сучасних умовах основною одиницею реалізації процесу міфологізації постає соціальний міф. Його можна визначити як спонтанно або спеціально створений смисловий конструкт, що ґрунтується на актуальних у даний момент часу для певного соціуму або спільноти уявленнях та ідеалах. Соціальний міф слугує засобом регуляції суспільно-політичних відносин, формування масової свідомості та поведінки.

Міфологізація виступає як процес конструювання та поширення в суспільній свідомості особливої символічної реальності. Ця реальність базується на сукупності взаємопов'язаних міфів, легенд, стереотипів та архетипічних образів, які утворюють цілісну картину світу. Міфологічна реальність не просто підміняє об'єктивну дійсність, а задає певні моделі поведінки та інтерпретації подій і явищ, впливаючи таким чином не лише на свідомість, а й на практичну діяльність людей.

РОЗДІЛ II. ІНСТРУМЕНТИ ТА МЕХАНІЗМИ МІФОТВОРЧОСТІ У СУЧАСНОМУ СВІТІ

2.1 Інструментарій міфотворення: типологія та вплив на масову свідомість

Міфотворчість – це процес створення, розповсюдження та підтримки міфів, тобто оповідей, які пояснюють, легітимізують або дають сенс певним явищам, подіям, інститутам або цінностям. У сучасному світі, незважаючи на

стрімкий розвиток науки та технологій, міфотворчість залишається потужним інструментом формування суспільної свідомості та впливу на масову поведінку.

Актуальність дослідження інструментів міфотворчості зумовлена низкою факторів. По-перше, глобальні виклики, такі як пандемія COVID-19, економічна нестабільність, кліматичні зміни та геополітичні конфлікти, які створюють сприятливий ґрунт для виникнення та поширення нових міфів, які пропонують прості та емоційно привабливі пояснення складних проблем. По-друге, стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема соціальних мереж та месенджерів, що надає безпрецедентні можливості для швидкого та масштабного розповсюдження міфів серед широкої аудиторії. По-третє, зростання популярності популістських рухів та авторитарних режимів у різних країнах світу супроводжується активним використанням міфотворчості як інструменту політичної пропаганди та маніпуляції громадською думкою.

Таким чином, вивчення інструментів міфотворчості у сучасному світі є важливим завданням для науковців, які прагнуть зрозуміти механізми формування суспільної свідомості та розробити ефективні стратегії протидії деструктивним міфам. У цьому розділі будуть проаналізовані основні інструменти міфотворчості, які використовуються в різних сферах суспільного життя, та запропоновані можливі шляхи підвищення критичного мислення та медіаграмотності громадян.

Поняття інструменти міфотворчості охоплює широкий спектр засобів, методів та прийомів, що використовуються для створення, поширення та підтримки міфів у суспільстві. Ці інструменти можуть застосовуватися свідомо або несвідомо різними суб'єктами, серед яких політичні діячі, засоби масової інформації, релігійні лідери, громадські організації та окремі індивіди.

Основна мета інструментів міфотворчості полягає у формуванні певних уявлень, переконань, цінностей та моделей поведінки у масовій свідомості шляхом звернення до емоцій, архетипів, символів та інших психологічних механізмів. До таких інструментів належать наративи (сюжетно оформлені

оповіді, які структурують та наповнюють змістом міфи), символи (знаки, образи або об'єкти, що втілюють ідеї, цінності чи емоції та здатні викликати відповідні асоціації та реакції), ритуали (символічні дії або церемонії, спрямовані на підтримку та відтворення міфів), стереотипи (спрощені, схематичні уявлення про соціальні групи, явища або процеси, що полегшують сприйняття та категоризацію інформації), пропаганда (цілеспрямоване поширення інформації, ідей або чуток з метою формування певних переконань, настроїв чи спонукання до певних дій) та маніпуляція (прихований вплив на свідомість та поведінку людей через використання психологічних технік, таких як навіювання, переконання, перекручування інформації тощо).

Ефективність інструментів міфотворчості зумовлена їхньою здатністю апелювати до емоційної та несвідомої сфери людської психіки, а також використовувати наявні культурні коди, архетипи та символічні системи. В умовах сучасного світу, з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, інструменти міфотворчості набувають нових форм та можливостей, що актуалізує необхідність їх всебічного вивчення та осмислення.

Таким чином, дослідження інструментів міфотворчості є важливим науковим завданням, що дозволяє глибше зрозуміти механізми формування суспільної свідомості та розробити ефективні стратегії протидії деструктивним міфам. Це передбачає, зокрема, розвиток критичного мислення та медіаграмотності громадян як засобів нейтралізації негативного впливу міфотворчості.

Трансформаційні процеси, що відбуваються в сучасному глобалізованому світі, значною мірою вплинули на зміст і сутність міфів, зумовивши особливості процесу міфологізації в суспільстві. Незважаючи на те, що сучасна міфологія тісно пов'язана з архаїчною, остання сьогодні може мати не лише конструктивну, а й деструктивну спрямованість. У зв'язку з цим, актуальним завданням є узагальнення та систематизація інструментів міфотворчості, а також розпізнання їхньої специфіки у контексті викликів сьогодення.

До основних інструментів міфотворчості у сучасному світі можемо віднести комунікативні, гносеологічні, психологічні, соціальні, культурологічні, політичні та ідеологічні. Для подальшого розкриття сутності цих інструментів, варто звернутися до причин домінування міфу протягом усієї історії людства. Зокрема, виділяють три основні причини невмирущості міфу навіть у період розквіту раціоналізму: психологічну (бажання досягти стабільності та комфорту), онтологічну (міф як унікальний засіб синтезу в пізнанні) та соціальну (міф як об'єктивний засіб збереження суспільного досвіду) [37, с. 41-44]. Ці причини не лише зберігають, а й відтворюють міфологічну свідомість у нових формах.

Серед інструментів міфотворчості чільне місце посідають комунікативні адже глобальні трансформації у функціонуванні цивілізації змінили значення інформаційної складової всіх сфер суспільного життя. Сьогодні простежується залежність соціуму від інформації, яка перетворилася на найцінніший ресурс сучасності. За останні десятиліття вироблено більше інформації, ніж за всю попередню історію людства [41, с. 13]. Посилення ролі комунікації та інформації призвело до переходу від масового до мережевого типу суспільства, у якому провідним є обмін інформацією за допомогою новітніх засобів комунікації. Інтернет, мобільна телефонія та їх інтеграція спричинили паралельний розвиток соціальних та комп'ютерних мереж, де кожен індивід одночасно є і комунікатором, і реципієнтом.

У своїй концепції про виникнення цивілізації Третьої хвилі, що ґрунтується на інформації, Е. Тоффлер акцентує увагу на кардинальних трансформаціях, які відбуваються в суспільно-політичній, економічній та культурній сферах, формуючи якісно новий стиль життя [47]. Дослідник стверджує, що Третя хвиля, яка вже розпочалася і невпинно набирає обертів, невдовзі сягне свого апогею під назвами "інформаційний вибух", "постіндустріальна економіка" тощо [47, с. 15-17]. Особливо важливим для нашого дослідження є твердження Тоффлера про те, що в умовах Третьої хвилі трансформується вся структура суспільства, яка замість гомогенності Другої

хвилі набуває гетерогенного характеру. На зміну масовості приходить фрагментація, тобто людина стає більш індивідуалізованою, але водночас здатна об'єднуватися з іншими для реалізації спільних цілей. У новій системі значно інтенсифікується обмін інформацією між її елементами (інституціями та окремими індивідами), що зумовлює зростання попиту на комп'ютерні технології, цифрові телекомунікаційні мережі та інноваційні засоби інформації.

Суголосними з ідеями Тоффлера є погляди соціолога М. Кастельса, який наголошує на необхідності виокремлення потужної комунікаційної складової соціальної міфотворчості в контексті глобалізаційних процесів та стрімкого розвитку мас-медіа протягом останніх трьох десятиліть. Адже саме комунікаційні інновації здатні породжувати нові форми та різновиди міфотворчості. Важливо підкреслити, що перманентна поява та швидке поширення сучасних комунікаційних засобів спричинили поступовий перехід від масового до так званого "мережевого" типу суспільства, в якому ключову роль відіграє інформаційний обмін за допомогою новітніх комунікаційних технологій.

Синергія інтернету, мобільної телефонії та їх продуктивної інтеграції в сучасних умовах зумовила паралельний розвиток соціальних і комп'ютерних мереж. За таких обставин практично кожен індивід одночасно виступає в ролі комунікатора та реципієнта масової, групової та міжособистісної (як анонімною, так і цілеспрямованою) комунікації. Інформаційне повідомлення може набувати різноманітних форм, включаючи відео, аудіо, анімацію тощо, при цьому адресат має можливість поширювати, доповнювати, модифікувати, пересилати або ігнорувати його. Активне розповсюдження різноманітних гаджетів у наш час призводить до збільшення кількості їх користувачів, посилюючи залежність від інформації та поглиблюючи комунікаційні процеси.

Осмислюючи комунікативні інструменти соціальної міфотворчості, варто звернути увагу на такі характерні риси мережевої комунікації: відсутність ієрархії, децентралізованість, переважання горизонтальних та/або функціональних зв'язків між учасниками; гнучкість, динамічність, мінливість

форм і конфігурацій; легкість і швидкість формування та розпаду структур; відкритість мережі для "входу" і "виходу"; загальнодоступність мережевих ресурсів (передусім інформаційних); рівноправність учасників мережі незалежно від їхнього соціального статусу, конфесійної приналежності, ролі, масштабу, ресурсів; унікальність створюваних мереж.

Важливим аспектом транзиту до мережевого суспільства на тлі інтенсивного розвитку засобів масової комунікації є формування розгалуженої системи альтернативних медіа: електронних версій друкованих видань, новинних стрічок різноманітних інформаційних агентств, інтернет-щоденників, блогів, форумів тощо. Популярність соціальних мереж обумовлена "швидкістю донесення інформації, можливістю обговорення важливих соціальних, політичних, економічних, побутових та інших проблем з необмеженим колом осіб, які є учасниками соціальних інтернет-мереж" [38, с. 93].

В умовах масової комунікації характер міфотворчості зазнає суттєвих трансформацій, що проявляються в низці сутнісних рис: маніпулятивність стає домінантною характеристикою та кінцевою метою сучасної міфотворчості, що полягає в латентному та цілеспрямованому впливі соціальних міфів на масову свідомість; міфотворчість набуває дистанційного характеру, оскільки переважна більшість міфів генерується "на відстані", впроваджуючись через Інтернет та поширюючись за допомогою інших комунікативних каналів; домінування власне соціальної (штучної) міфотворчості, яка суттєво відрізняється від архаїчної. Штучність сучасної міфотворчості обумовлена її ключовими завданнями: маніпулюванням масовою свідомістю, формуванням та підтримкою споживацької ідеології з подальшим стимулюванням збуту товарів і послуг, легітимізацією правлячої еліти тощо; безперервність соціальної міфотворчості: значне зростання обсягів інформації спричиняє збільшення кількості міфів, які транслюються нескінченним потоком; еkleктичність міфологічного повідомлення, адже в сучасних умовах домінування візуальності використовуються всі доступні засоби вираження: текст, зображення, відео, аудіо, що значно посилює вплив сформованого міфу на людську свідомість;

маркетингова орієнтація сучасної міфології, спрямована на формування споживацького попиту та, відповідно, збільшення обсягів продажів товарів, послуг, технологій; формування за допомогою міфології особливого типу сучасної "одновимірної людини" (за Г. Маркузе) - невибагливої, усередненої та позбавленої критичного мислення; типізація міфологічного повідомлення, що проявляється в наявності стандартного кліше, за яким конструюється сучасний міф; усталеність і перманентність сучасної міфотворчості, безперервна міфологізація всіх сфер життя.

Таким чином, в умовах масової комунікації міфотворчість зазнає істотних змін, набуваючи нових рис та характеристик, що відповідають вимогам і тенденціям сучасного інформаційного суспільства. Ці трансформації значною мірою обумовлені розвитком комунікаційних технологій, глобалізаційними процесами та зміною ціннісних орієнтирів у суспільстві.

Комунікативний інструмент міфотворчості характеризується маніпулятивністю, дистанційністю, безперервністю, еkleктичністю, маркетинговою спрямованістю, типізацією, усталеністю, глобальністю та універсальністю. Він реалізується через мас-медіа, кіноіндустрію та масову літературу, які, взаємодіючи між собою, створюють "системну картину світу" [41]. У сучасній культурі домінує ігровий тип і театралізація, що охоплює всі сфери життя, включаючи політику. Розважальність стає провідним принципом творення медіа-контенту, навіть коли йдеться про серйозні теми.

Гносеологічні інструменти міфотворчості обумовлені потребою людини в інформації, пізнанні дійсності, пристосуванні до мінливої реальності та створенні привабливої картини світу. Міф здатний надати індивіду ілюзію розуміння світу, активізуючи механізм архаїзації свідомості. Особливого значення це набуває в умовах глобалізації, коли національні, етнокультурні та державні цінності нівелюються. Позитивна національна міфологія сприяє консолідації нації, утвердженню незалежності та самобутності держави.

Міф формує образ реальності таким чином, щоб він відповідав цінностям і сподіванням носіїв міфологічної свідомості. Ключову роль у цьому процесі

відіграє символізація, яка активізує механізм архаїзації свідомості, змушуючи людей сприймати минуле як більш привабливе. Це пояснює, чому більшість жителів колишнього СРСР з ностальгією згадують радянські часи, а люди пенсійного віку в Україні підтримують на виборах заборонену комуністичну партію. Міфологічна свідомість ідеалізує радянське минуле, незважаючи на всі негаразди життя в СРСР і недосконалість марксистсько-ленінської ідеології.

В умовах глобалізації, коли національні, етнокультурні та державні цінності нівелюються, створення позитивної національної міфології набуває особливого значення. Позитивний національний міф здатен розв'язати проблему національної ідентифікації. Для порівняно молодій суверенній українській державі необхідні позитивні міфи, які б сприяли консолідації нації, утвердженню незалежності, вільному і самобутньому розвитку України.

Психологічні інструменти міфотворчості ґрунтується на прагненні людини до захисту від несприятливих факторів життя та тиску жорстокої дійсності. У підсвідомості індивіда наявні елементи міфологічної свідомості (ірраціональність, чуттєвість, образність тощо), які співвідносяться з базовими емоціями та архетипами [37, с. 41-42]. Кризові обставини провокують соціальну занепокоєність, підвищують сугестивність та сприйнятливність людської психіки до міфологізації. Соціальні міфи виникають за умов відповідного психологічного стану суспільства, відсутності політичної та економічної стабільності, наявності хиткого становища, коли посилюється ситуація і соціум стає сприйнятливим до віри в будь-яких ворогів або загрозу/катастрофу. Також вважають, що детермінантою появи міфів є утворення міфотворчої ситуації, серед основних умов якої він виділяє «потребу в ілюзіях, високий рівень суспільної довіри, недостатній рівень загальної культури й достовірної інформації, емоційну напругу, колективність переживання і взаємозараження» [36, с. 98]. Ця позиція видається слушною, оскільки описані умови відповідають реаліям сучасної української дійсності.

Кризові обставини різного походження (революційні рухи, акції непокори владі, релігійні заворушення, військові конфлікти тощо) провокують появу

соціальної занепокоєності, яка характеризується невдоволенням новими соціальними порядками, відсутністю чітких й усталених цілей та орієнтирів, порушенням звичного ритму життя, схильністю до поширення чуток і перебільшень, домінуванням збуджених деструктивних почуттів (тривоги, страхів, невпевненості, агресивності), підвищеною дратівливістю, схильністю до впливу лідерів або нових ідей. Ці руйнівні фактори значно підвищують сугестивність і сприйнятливність людської психіки. Там, де колективне збудження досягає максимуму за інтенсивністю і поширенням, можливе миттєве, несвідоме і нерациональне розповсюдження будь-яких настроїв або форм поведінки (наприклад, паніки або патріотичного підйому). Проте навіюваність масової свідомості не є особливістю лише періодів криз і нестабільності, адже схильність людської свідомості до сугестивності обумовлена її біологічною природою. Вважається, що одвічна й постійна здатність підпадати під навіювання є характеристикою людської сутності.

Більшість фахівців відзначають, що під час економічних і політичних криз, революцій або військових конфліктів активізуються архаїчні вірування і культи, зростає інтерес до містики й астрології, а інформаційний простір переповнюється численними екстрасенсами й іншими провісниками «світлого» майбутнього. Ці процеси демонструють суттєві зміни в структурі суспільної та масової свідомості, коли спосіб пізнання дійсності більшістю людей в кризовий період стає міфологічним.

Яскравим прикладом цього є інформаційний простір України. Новий етап розвитку держави, а саме бурхливі події Євромайдану і Революції Гідності, а згодом і російсько-українська війна спровокували появу численних астрологічних, нумерологічних та інших прогнозів від магів, екстрасенсів, астрологів, нумерологів, спеціалістів з езотерики щодо майбутнього нашої держави. Перманентно з'являються пророцтва стосовно перебігу військових дій та закінчення війни, особливо в періоди загострення ситуації.

Саме в періоди нестабільності активізуються архаїчні вірування, зростає інтерес до містики й астрології, а інформаційний простір наповнюється пророцтвами та передбаченнями [40, с. 23].

Соціальні інструменти міфотворчості пов'язані із замовленням з боку держави чи окремих політичних сил на створення відповідної міфології, спрямованої на легітимізацію влади. Політичні міфи створюються з урахуванням суспільних інтересів та очікувань електорату [40, с. 170]. Легітимізація політичного міфу масовою свідомістю відбувається за умови співпереживання (аналогії між сучасною проблемною ситуацією і міфічним сюжетом) та індивідуальної відповідності політика його міфічному прототипу [37, с. 169-170].

Однією з характерних рис міфологічної свідомості є прагнення індивіда належати до певної соціальної групи, злитися з нею і повністю відмовитися від власної індивідуальності. Така соціальна інтеграція з колективом дає людині відчуття захищеності. У сучасній політичній міфології реальні проблеми часто заміщуються спрощеним варіантом одвічної боротьби двох міфологізованих спільностей (комуністи – демократи, патріоти – зрадники, свої – чужі тощо).

Активізація архаїчних структур свідомості проявляється у персоніфікації уявлень про причини суспільних змін, які згодом трансформуються в образи «світлих» і «темних» сил, «героя» і «ворога». Міфологічна логіка не сприймає безособовості або відсутності об'єктивних мотивів явищ чи подій. Важливим психологічним механізмом у цьому контексті є процес персоніфікації лідера у своїй спільноті. У тоталітарному суспільстві зі спеціально сконструйованим міфологічним сприйняттям реальності народ може усвідомити свою єдність лише завдяки образу живого або померлого вождя, який з часом перетворюється в масовій свідомості на певний символ. Сучасна політична міфологія характеризується наявністю численних кандидатів на образ ідеального героя-вождя, кожен з яких пропонує свій варіант вирішення проблемних суспільних і державних питань.

Традиційно в міфологічній свідомості образу героя – уособленню добра і світла – протистоїть образ ворога, який асоціюється з темними силами і злом. Будь-які невідповідності задекларованій програмі дій, поразки або прорахунки можуть пояснюватися протидією ворогів. Міфічні й недсяжні сили зла сприймаються як першопричина всіх негараздів дійсності. Залежно від ідентифікації конкретної спільноти, зокрема політичної партії, ворогами можуть виступати «комуністи», «орки», «рашисти» «агенти росії», «псевдопатріоти» тощо.

Одним із проявів соціальних інструментів міфотворчості є замовлення з боку держави або окремої політичної сили на створення специфічної міфології, спрямованої на легітимізацію і зміцнення їхньої влади.

Міфи вже давно перестали бути ознакою примітивного суспільства і відійшли в минуле. Кожна людина, часто не усвідомлюючи цього, протягом усього життя перебуває в межах тих чи інших міфів. Образ політика будь-якого рівня зазвичай піддається міфологізації. Створенням іміджу для суспільного або політичного діяча займаються іміджмейкери або політтехнологи, і ця сфера завжди є благодатним ґрунтом для міфотворчості. Соціальні міфи виникають з певних суспільних, групових або особистих інтересів при використанні всіх доступних засобів.

Політичні міфотворці беруть до уваги той факт, що сучасний міф відображає певні бажання аудиторії [40, с. 170]. Тобто при формуванні іміджу політика-лідера або партії враховуються соціальні очікування і сподівання електорату. Це можна простежити на прикладі політичних сил, які потрапляють до Верховної Ради України. Саме цей аспект, на наш погляд, дозволяє проілюструвати соціальну складову сучасної міфотворчості.

Варто наголосити на умовах «легітимізації» політичного міфу масовою свідомістю. Вважають, що першою умовою є співпереживання, яке ґрунтується на «підсвідомій, ірраціональній переконаності в наявності аналогії між нинішньою проблемною ситуацією і ситуацією з минулого, що закодована в міфі і в якій вже відомий результат» [37, с. 169]. Така чуттєва віра трансформує

міфічну історію в реальну модель для сьогодення і здатна викликати у свідомості «відчуття істинності» можливого політичного наміру. Отже, міф слугує стандартним прикладом, беззаперечним критерієм для сприйняття реальних ситуацій. Цим завжди користується правлячий клас для впровадження і подальшої популяризації загальнообов'язкових міфів і міфології в цілому, що дозволяє представити право еліти на владу як обране і дане Богом.

Міфологізація реальності перетворилася на невід'ємну складову сучасності і стала основним підґрунтям політики всіх типів суспільств XX і XXI століть. Загалом відсутність стабільності та впевненості в майбутньому, наявність соціальних протиріч, економічних і політичних негараздів, посилення значення інформації та домінування візуалізації в культурі глобалізованого світу суттєво впливають на стан усіх рівнів свідомості людства, особливо на масову свідомість. Як наслідок, остання виявляється нездатною протистояти нескінченному потоку соціальних міфів.

Існує безпосередній зв'язок між типом суспільства та особливостями міфології, однак кінцева мета останньої залишається незмінною – вплив на масову свідомість громадян. В сучасних умовах за допомогою міфологізації такі поняття, як «демократія», «громадянські права», «демократичні цінності» тощо перетворюються на звичайні міфи.

Культурологічні інструменти міфотворчості проявляється у міфологізації реальності як невід'ємній складовій сучасної культури та підґрунті політики. Відсутність стабільності, соціальні протиріччя, економічні негаразди на тлі посилення ролі інформації та візуалізації роблять масову свідомість вразливою до нескінченного потоку міфів. Політичні та ідеологічні інструменти використовуються для впровадження загальнообов'язкових міфів та ідеологем, що дозволяють сакралізувати владу правлячої еліти.

Отже, глобальні трансформації сучасного світу, посилення ролі інформації та комунікації, соціально-економічна нестабільність та кризові явища створюють сприятливий ґрунт для активізації інструментів міфотворчості. Ці інструменти використовуються для маніпулювання масовою

свідомістю, легітимізації політичної влади, просування споживацької ідеології та формування некритичного сприйняття дійсності. Розуміння природи та механізмів дії інструментів міфотворчості є необхідною умовою для розвитку критичного мислення та протистояння деструктивним міфам сучасності. У той же час, позитивна міфотворчість здатна сприяти консолідації нації, утвердженню державності та збереженню культурної ідентичності в умовах глобальних викликів.

2.2 Особливості та закономірності процесу конструювання соціальних міфів

Перейдемо до механізмів міфотворчості. Міфологічна творчість відіграє важливу роль у житті суспільства, виокремлюючи події, які повинні залишитися в пам'яті людства та передаватися з покоління в покоління. Вона відображає певні звичаї, сприяє появі й розвитку традицій. Можна стверджувати, що міфотворчість є одним із найдавніших способів узагальнення, осмислення та збереження для нащадків всебічного досвіду колективного життя.

Від самого початку міфотворчість була зумовлена гострою потребою людини в пізнанні навколишнього світу, сповненого небезпек, загадок та невизначеностей. Щоб позбутися цих невизначеностей, людина надавала всьому незрозумілому міфологічного пояснення. Це, в свою чергу, звільняло її від тягаря нерозуміння, наповнювало світ конкретним змістом, пояснювало його устрій, надавало діям людини осмислену цілеспрямованість та визначало її місце в цьому світі. Таким чином, міф забезпечував людині відчуття психологічної захищеності й сенсу буття.

У міфотворчості первісних людей здійснюється не раціональне, строго логічне пояснення світу, а радше емоційне переживання їхніх власних дій у цьому світі. Створюючи міфічний образ природного світу, первісна людина тим самим полегшувала собі його розуміння, долала страх перед невідомими,

далекими, непередбачуваними явищами, вчилася знаходити взаємозв'язок між ними й собою.

Особливості архаїчного міфу значною мірою є результатом нерозвиненості свідомості первісної людини. Вона була безпосередньо включена в предметну діяльність, не була здатна повною мірою розрізняти слово й річ, предмет і знак, причину й наслідок. Людина цього періоду була байдужа до часових відносин і протиріч, а її раціональні здібності пізнавати невіддільні від емоційних переживань.

Міфотворчість на ранній стадії розвитку суспільства має колективний характер, оскільки є, в повному розумінні слова, колективною працею. Міфи стародавності утверджували прийняту в даному суспільстві систему цінностей, підтримували певні норми поведінки. Вони були вираженням колективної цілісності, спрямованим на навіювання почуття єдності між членами колективу й почуття причетності до світового цілого. Іншими словами, міфи були атрибутом життєвого світу своєї спільноти, системою уявлень, взаєморозумінням та можливістю взаємодії. Панування міфологічного світогляду передбачає розчинення індивіда в колективі, його знеособленість. У міфі колективні уявлення, почуття й переживання переважають над індивідуальними, домінують над ними.

Міфотворчість, як вид людської діяльності, через її ефективність та мобілізуючу силу, захоплює й пристосовує до своїх потреб соціальна система. Захоплена соціальною системою міфотворчість набуває ознак святості і, як наслідок, вже вона, а не природа чи дух предків, задає мораль та принципи. Це призводить до того, що міфотворчість слугує певним групам, які експлуатують її у своїх інтересах.

Отже, витoki міфотворчості сягають глибини віків, і з часом вона не вичерпується, а навпаки, має здатність відтворюватися. Міфотворчість, за К. Юнгом, – це "...безперервний процес, властивий людині в усі часи; в нашу епоху, у другій половині ХХ ст., міфи створюються за допомогою того ж

універсального соціально-психологічного механізму, що й у далекому минулому" [1; с. 12].

Те, що міфотворчість не зникає з повсякденного життя людства, а супроводжує його й надалі, продовжуючи відігравати важливу роль у регулюванні поведінки сучасної людини та її свідомості, не викликає подиву. Адже, як, наприклад, вважає М. Еліаде, постійне повернення до вічних, міфологічних цінностей є іманентною людською властивістю. Лише міфологія дає людині можливість вирватися за межі буденності: "Ми покидаємо світ буденності і проникаємо у світ перетворений... Ми відчуваємо особисту присутність персонажів міфу та стаємо їхніми сучасниками. Це передбачає існування не у хронологічному часі, а у первісній епосі, коли події відбулися вперше. Саме тому можна говорити про часовий простір міфу, заряджений енергією" [54, с. 29].

У більш пізні часи, на інших засадах, міф вже відштовхується не від первинних вражень та безпосереднього знання, а від того багатства об'єктивного знання, що накопичувалося людством протягом століть.

Таким чином, і в наш час людство продовжує займатися міфотворчістю та перебувати під впливом міфів, які "пронизують" всі сфери його діяльності. Хоча зміст міфу змінився, і тепер він зосереджується на інших подіях та явищах, сама сутність міфу залишилася незмінною: описати те, що неможливо пояснити або краще залишити без пояснення.

Для розуміння процесу заміни об'єктивного сприйняття дійсності міфологічним, необхідно розглянути параметри, які формують міфотворчу ситуацію. До таких параметрів належать: потреба в "ілюзіях" і спосіб її задоволення; рівень суспільної довіри; рівень і характер загальної культури (люди з різним культурним бекграундом по-різному піддаються міфологізації і сприймають різні міфи: для інтелектуалів потрібні більш витончені міфологічні конструкції); доступність інформації; емоційна напруга (на основі страху або голоду); колективність переживання; етнопсихологічні й етнокультурні передумови та особливості.

Потреба в "ілюзіях", яка є важливою умовою виникнення міфології, має декілька джерел. По-перше, узагальнення досвіду освоєння світу ставить людину перед вибором оптимальної стратегії виживання в умовах різноманітних небезпек "чужого" світу й формує потребу самовизначення. На перший погляд, найкращі результати будуть досягнуті, якщо максимум зусиль і часу буде витрачено на оборону й боєздатність. Але в такому випадку інші сфери життєдіяльності залишаться поза увагою і деградуватимуть, що призведе до застою в економіці та культурі. Протилежна крайність – повне ігнорування небезпек і абсолютна безтурботність – також неприйнятна, оскільки незабаром буде покарана. Досвід показує, що найбільш оптимальною є така стратегія виживання і така самооцінка, які змушують людину трохи недооцінювати, применшувати розмір небезпек і перебільшувати власні сили й здатність протистояти натиску можливих ворогів. Тобто необхідною є дещо прикрашена, ідеалізована картина світу, яка сприяє навіюванню впевненості в собі, спонукає досягти наміченого рівня, зразка самоідентифікації. Інакше кажучи, до "ілюзій" штовхає своєрідний "комплекс неповноцінності" і необхідність його подолання заміщеними ілюзорними способами.

По-друге, виникнення ілюзій пов'язане з переживанням незадоволеної потреби, яка, за наявності стимулів, стає стійкою й сильною пристрастю, здатною за законом домінанти підкоряти близькі відчуття, формувати "ілюзії".

Важливою умовою, що сприяє заміні об'єктивного сприйняття дійсності міфологічним, є забезпеченість інформацією, яка проявляється як в надлишку, так і в її нестачі. Дефіцит інформації автоматично дозволяє людям домислювати ситуацію, що їх хвилює, й самостійно конструювати відсутні в ній ланки. Водночас, надлишок інформації відіграє не менш важливу роль у процесі соціальної міфотворчості, що особливо актуально для сьогодення. Інформації настільки багато, вона надходить з усіх боків і характеризується різноманітністю, мозаїчністю, великим обсягом, багатоканальністю та одночасністю, внаслідок чого є настільки невпорядкованою та суперечливою, що можна сказати, ніби її взагалі немає. Окремій людині не вистачить навіть

життя, щоб усвідомити для себе всі хитросплетіння навколишнього світу й розібратися в них. При цьому їй ще треба жити, заробляти засоби для існування та спілкуватися з людьми в дуже складному та заплутаному соціальному світі. І саме для того, щоб компенсувати ці недоліки сучасної інформації, з'являється соціальна міфотворчість як спрощення реальності та її правдоподібне пояснення. За таких умов завданням міфотворчості є організувати світ таким чином, щоб все, що відбувається, мало свій сенс і було зрозумілим. Міф поглинає практично будь-яку конкретику.

Механізм творення соціальних міфів полягає в тому, що людина сучасності змушена жити та діяти в оточенні значної кількості інформації, з якої вона сприймає лише малу частину і звертає увагу на ще меншу кількість. Інформація, перш ніж досягти свідомості людини, проходить низку бар'єрів, пропускна здатність яких обумовлена індивідуальними особливостями людини та її соціальними характеристиками.

Таким чином, частина відомостей з реального світу відсіюється на інформаційному рівні, не досягаючи символічного, де вони могли б бути включені в систему цінностей людини й викликати певне ставлення до себе. Відомості, що все ж таки потрапили в площину символічного світу, можуть слугувати матеріалом для формування міфів, характер яких визначається наявною або надходячою інформацією. Міфи виникають лише тоді, коли людина намагається пояснити існуючі факти, побудувати між ними причинно-наслідкові зв'язки. Цей процес протікає за вже наявними в психіці людини схемами. Отже, у процесі міфотворчості відбувається реалізація певної схеми, яка заповнюється індивідуально й особистісно значимою інформацією, у даному випадку щодо соціальних явищ.

Поняття соціальної міфотворчості позначає два процеси: цілеспрямоване продукування міфів та їх стихійне виникнення в міфологічній свідомості. Стихійне виникнення соціальних міфів, тобто справжня соціальна міфотворчість, є об'єктивним формуванням міфу, віддаленим від волі та безпосереднього впливу соціальних суб'єктів. Самостійно міф виникає як

потреба сьогодення, як спроба і засіб пояснити ті обставини чи ситуації, які неможливо пояснити науково, раціонально, або як спрощена інтерпретація цих, не для всіх зрозумілих, пояснень. Якщо справжня міфотворчість як процес починається з ірраціонального імпульсу і розгортається в міфологічній свідомості, то удавана міфотворчість є цілеспрямованою раціональною дією, продуктом якої є міф з обміркованим задумом, ірраціональність якого пов'язана з несвідомим сприйняттям і поширенням міфу. Процес удаваної міфотворчості передбачає існування активного творчого суб'єкта, результатом діяльності якого є соціальний міф. А оскільки певний суб'єкт створює міф, можна зробити висновок, що він створюється з певною метою (здійснення впливу на щось або когось) і має функціонувати з цієї ж причини.

Важливо зазначити, що соціальне міфотворення сьогодні все частіше стає об'єктом цілеспрямованих раціональних зусиль, в результаті яких створюється міф із конкретною метою та задумом.

Свідоме продукування суспільних міфів перетворює міфотворчість на індустрію, що займається виробництвом, зберіганням, поширенням та переробкою спеціальних "зразків" та шаблонів відповідно до інтересів певних груп людей. Ця міфоіндустрія налагоджена та базується на історичних змістах для клонування нових міфів. Міф втрачає свою природну свідомісну форму і стає виробничою формою продукування ідей, уявлень, перетворюючись на суспільний засіб виробництва – це вже не справжній міф, а лише його залишки [35, с. 50].

Дослідник сучасної міфології Е. Кассирер розглядає ключові моменти конструювання соціального міфу та процес його творення. Спираючись на ідеї його праці "Техніка політичних міфів", варто зупинитися на процедурі міфотворчості, яка, на думку автора, складається з трьох основних прийомів:

1. Зміна функцій мови, де домінуючою стає емоційна функція над описовою: "слово описове та логічне трансформується в слово магічне";
2. Ритуал, який змушує учасників втрачати відчуття індивідуальності й переживати екстатичне злиття з колективом. Традиційні методи

придушення особистості переслідували "матеріальні" цілі, тоді як сучасні міфи діють інакше – вони спочатку змінюють людей, щоб потім регулювати їхні дії. Люди стають жертвами міфів без опору, бо вже переможені та скорені, ще до усвідомлення того, що сталося;

3. Пророцтво: "Звичайні методи політичного насилля не можуть дати такого ефекту. Навіть під потужним тиском люди не перестають жити приватним життям. Завжди є сфера особистої свободи. Сучасні політичні міфи руйнують такі цінності. Політики знають, що масами легше керувати силою уяви, ніж грубою фізичною силою. І вони майстерно це використовують. Політик став мов провісник майбутнього. Пророцтво стало невід'ємним елементом соціального управління" [16, с. 155 - 156].

У цій схемі міфотворення задіяні властивості міфу як зв'язок з ритуалом, магія слова, емоційно-чуттєве сприйняття реальності. Отже, згідно з Е. Кассирером, основа побудови соціального міфу – це піднесення того, що необхідно впровадити в суспільну свідомість у формі міфу.

Інші дослідники запропонували проект побудови соціальної міфології, орієнтований на глибші пласти суспільної свідомості, ніж схема Е. Кассирера. Вони вбачали успіх маніпулювання свідомістю за допомогою соціальних міфів не у формальному їх оформленні, а в сутнісному аспекті. Не саме створення міфу, а розпізнання вже діючого міфу та його модифікація в потрібному напрямку – запорука успіху соціальної міфотворчості. Причому характер такого впливу є маніпулятивним [20].

Звертаючись безпосередньо до творення міфу, варто зазначити, що його неможливо створити нінащо. Для цього обов'язково потрібен певний об'єкт (концепт), знайомий для групи людей, для якої міф створюється. Без концепту міф важко відрізнити від вигадок чи неправди, і тоді він є лише казкою. Іншими словами, концепт вже наділений певними асоціаціями та знаннями про нього у людей. Це типово для повсякденної мови та мови ЗМІ. Такі асоціації нестійкі, розпливчасті, позбавлені чітких визначень та логіки, тому міф легко їх використовує для конструювання реальності.

Так, в основі міфу лежить поняття або ситуація (концепт) з певним набором значень та смислів. Міф "віднімає" в концепту його початковий зміст та намагається замінити його іншим, який і буде змістом міфу. Концепт використовується міфом як форма, яку можна наповнити новим змістом. Але початковий зміст не зникає повністю, він лише деформується та спрощується. Наприклад, коли з ланцюга подій висмикуються лише певні факти для створення образу чи уявлення про подію. Цей прийом часто використовують ЗМІ, акцентуючи увагу на певних фактах та замовчуючи інші.

Мистецтво міфу полягає в тому, щоб сконструйовані ним елементи чи інтерпретація подій виглядали природно, вписувалися в здоровий глузд людей та сприймалися як об'єктивні факти. Отже, за допомогою концептів, у яких міф віднімає зміст, він конструює реальність, яка постає сукупністю очевидних фактів.

В результаті під дією соціальних міфів реальність настільки спотворюється та міфологізується, що її об'єктивний аналіз теоретично можливий лише при критичному зіставленні різних джерел. Однак практично це часто неможливо через упередженість, суб'єктивність чи заангажованість джерел інформації.

Однією з ключових умов існування соціального міфу є наявність бінарних архетипних протиставлень типу "свої-чужі". Це протиставлення має універсальний характер, адже будь-яка група людей, будь-яке суспільство усвідомлює себе у порівнянні з іншими групами чи суспільствами. Позитивний бік такого протиставлення – це те, що воно об'єднує людей у протистоянні зовнішній загрозі, дає відчуття причетності до долі свого народу, допомагаючи йому долати труднощі. Проте міфологічний погляд на речі має свою специфіку. Він проявляється в тому, що група, об'єднана займенником "ми", осмислюється не просто як одна з багатьох, а як унікальна. А ті, хто їй протиставляється, тобто "вони", наділяються демонічними рисами, їм приписуються нелюдські вади та жорстокість. У сучасних реаліях протиставлення "ми-вони" стає важливим елементом створення та підтримки соціального міфу.

Міфологічна свідомість має тенденцію чорно-біло зображувати явища та події, протиставляючи "своїх" і "чужих". При цьому "свої" ідеалізуються, наділяються позитивними якостями, а "чужі" демонізуються, перетворюються на ворогів. Така бінарна опозиція дозволяє маніпулювати масовою свідомістю, згуртовувати групу навколо певної ідеї чи цінностей шляхом протиставлення "нас" комусь "іншому".

Міфологічне мислення спрощує складні процеси та явища до елементарних дихотомій добра і зла, правди і обману. Воно оперує символами, архетипами, емоціями замість логіки та фактів. Тому в соціальному міфі легко протиставити "нас" - носіїв істини, справедливості, миру – і "їх" – брехунів, загарбників, ворогів. Така опозиція допомагає згуртувати групу навколо спільної ідеї, виправдати певні дії, мобілізувати ресурси проти уявної загрози.

Отже, бінарна опозиція "ми-вони" є однією з ключових складових соціального міфу. Вона присутня в міфологічному світогляді різних культур та епох. Вона допомагає створити ілюзію єдиної істини та визначеності у швидкоплинному світі, згуртувати людей навколо певних ідей, норм та цінностей. І в сучасному світі ця архетипна опозиція залишається дієвим інструментом маніпуляції масовою свідомістю.

Міфотворчість як об'єктивне явище соціальної реальності має позачасовий характер і продукується свідомістю суспільства протягом усієї історії людства. Це пояснюється тим, що потреба в міфології завжди існувала, і сьогодні не є винятком. Міфологія проявляється там, де раціональні способи пізнання не можуть надати задовільного пояснення певному явищу чи процесу.

На сучасному етапі за допомогою соціальної міфології реалізується цілеспрямована діяльність з маніпулювання масовою свідомістю через спеціально сформований ланцюг соціальних міфів. Вона включає два необхідні компоненти: соціальну міфотворчість та адаптацію створених міфів у масовій свідомості.

Багато дослідників позначають соціальні міфи як соціально-політичні, оскільки потреба в їх конструюванні значно зросла з встановленням

демократичного політичного порядку. Демократія за своєю суттю передбачає інші способи впливу на маси, ніж при авторитарних чи тоталітарних режимах. Одним з найпоширеніших та ефективних способів впливу є маніпулювання суспільною свідомістю. Потреба в ньому не виникає за умов авторитаризму чи тоталітаризму, де влада зосереджена в руках однієї особи з безсумнівним правом на панування. В такому випадку відносини ґрунтуються на відкритому імперативному впливі - від насильства до нав'язування - з використанням простого примусу, а не на маніпулюванні, що є прерогативою демократичних режимів [15, с. 34].

Зазвичай під маніпулюванням (від лат. *manipulus* - жменя, пучок) у суспільному житті розуміють прихований психологічний вплив, що здійснюється з метою нав'язування певних ідей, цінностей тощо, причому об'єкт впливу не усвідомлює факту управління. Воно ставить за мету зміну й програмування мислення та поведінки людей у напрямку, потрібному певним владним чи суспільним структурам, всупереч їхнім інтересам.

Отже, маніпулювання суспільною свідомістю за допомогою соціальних міфів стало невід'ємною частиною демократичних режимів, які не можуть застосовувати відкритий примус. Міфотворчість допомагає поширювати певні ідеї, цінності, конструювати бажану реальність у масовій свідомості, не викликаючи відкритого спротиву чи усвідомлення факту маніпуляції.

Під впливом сучасних ЗМІ відбувається певна стандартизація суспільної свідомості. Більшість вчених вважають, що подача інформації сучасними ЗМІ, найпоширенішим з яких є телебачення [8, с. 64], активізує механізми міфологічного мислення й відповідно ініціює міфотворчість.

З початком ери стрімкого розвитку телебачення та електронних мас-медіа загалом постало нове завдання: "...потрібно було досить широке впровадження електронної культури, щоб визнання її фундаментального впливу на суспільство стало цілком зрозумілим" [46, с. 76].

Поява такого тотального медіа призвела до того, що соціальні міфи почали поширюватися з небаченою раніше швидкістю. З цього моменту

повідомлення стали поширюватися зі швидкістю світла й надходити у свідомість реципієнта немов з усіх боків [46, с. 76].

Досліджуючи вплив електронної культури на свідомість, В. Терін відзначає 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 зв'язків" [46, с. 78].

Телебачення пропонує глядачеві зображення у вигляді "картинок", що вибудовуються на очах, і які начебто не потребують заповнення прихованих характеристик, бо "і так все ясно". Проте відсутність логічної послідовності при сприйнятті такої "мозаїчної" інформації, що лунає звідусіль, змушує людину вдаватися до додумування. Таким чином, електронна культура активізує мислення, де задіяна права півкуля мозку, що, на думку багатьох дослідників, домінує в міфологічному мисленні.

Отже, телебачення та електронні медіа сприяють поширенню соціальних міфів через специфіку візуального сприйняття "картинок" та мозаїчної подачі інформації. Це активізує міфологічне мислення реципієнтів, змушуючи їх додумувати логічні зв'язки між фрагментами повідомлень за допомогою правої півкулі мозку.

В сучасних умовах міфотворчість існує для того, щоб тримати людей у покорі. Коли соціальні міфи непомітно впроваджуються в масову свідомість за допомогою культурно-інформаційного апарату, вони набувають величезної сили, адже більшість людей і не підозрює про маніпулювання, що відбувається. У цьому процесі важливу роль відіграють спеціальні способи перетворення та подачі інформації.

Цілеспрямоване перетворення та подача інформації може здійснюватись кількома способами:

- Викривлення інформації (від відвертої неправди до зміщення понять у семантичному полі) дозволяє коригувати ступінь і міру психологічного впливу, створювати такий образ реальності, де головне не сама реальність, а те, як її хочуть подати, як організують те, що треба в ній побачити.
- Приховування інформації (замовчування, вибіркова подача матеріалу).
- Маніпулювання способом подачі інформації (повідомлення має бути сприйняте потрібним відправнику чином). Варто пам'ятати, що дозована інформація не дає можливості ефективно нею скористатися. Сюди ж відноситься і цілеспрямоване компоювання тем, щоб наводити реципієнта лише на певні очікувані висновки.
- Маніпулювання часом подачі інформації. Порядок, час озвучування та обговорення відомостей безпосередньо впливають на їхню оцінку та засвоєння.
- Перевантаження адресатів інформацією, відібраною за певним параметром, з метою змусити їх відмовитися від неї. Часто це пов'язане з формуванням у реципієнтів переконання, що інформація нібито їм не потрібна або вкрай небезпечна.

Отже, шляхом викривлення, приховування, спотворення способу та часу подачі, а також перевантаження інформацією, міфотворці цілеспрямовано конструюють бажану картину реальності в масовій свідомості. І більшість людей, не підозрюючи про маніпуляцію, сприймають цю реальність як істинну, що й забезпечує ефективність соціальних міфів у триманні мас у покорі.

ВИСНОВКИ ДО ДРУГОГО РОЗДІЛУ

Отже, міфотворчість – це процес створення, поширення та підтримки міфів, які пояснюють, легітимізують або надають сенс певним явищам, подіям, інститутам чи цінностям у суспільстві. Вона відіграє важливу роль у формуванні суспільної свідомості та впливі на масову поведінку. Міфи можуть мати як конструктивну, так і деструктивну спрямованість у сучасному світі.

У сучасному світі міфотворчість залишається потужним інструментом формування суспільної свідомості та впливу на масову поведінку, незважаючи на розвиток науки та технологій. Глобальні виклики, такі як пандемія, економічна нестабільність, кліматичні зміни та геополітичні конфлікти, створюють сприятливий ґрунт для виникнення та поширення нових міфів. Популярність популістських рухів та авторитарних режимів супроводжується активним використанням міфотворчості як інструменту політичної пропаганди.

Основними інструментами міфотворчості є комунікативні, гносеологічні, психологічні, соціальні, культурологічні, політичні та ідеологічні. Комунікативні інструменти пов'язані з розвитком мас-медіа та соціальних мереж, гносеологічні – з потребою людини в пізнанні, психологічні – з прагненням захисту від несприятливих факторів життя.

Міфотворчість ґрунтується на апеляції до емоційної та несвідомої сфери людської психіки, використанні культурних кодів, архетипів та символічних систем. Це дозволяє впливати на масову свідомість на підсвідомому рівні та формувати бажані уявлення та моделі поведінки.

Дослідження інструментів міфотворчості є важливим для глибшого розуміння механізмів формування суспільної свідомості та розробки ефективних стратегій протидії деструктивним міфам. Воно має на меті захистити громадян від негативного впливу маніпулятивних технологій.

Ключовими умовами, що сприяють заміні об'єктивного сприйняття дійсності міфологічним, є: потреба в ілюзіях, рівень суспільної довіри, рівень загальної культури, доступність інформації, емоційна напруга, колективність переживання, етнопсихологічні і етнокультурні передумови.

Механізм творення соціальних міфів полягає в тому, що людина сприймає лише частину інформації про реальний світ, решта відсіюється. Відфільтрована інформація стає матеріалом для формування міфів відповідно до наявних у психіці людини схем і індивідуально значимих аспектів.

В основі міфу лежить певний концепт (поняття або ситуація), який міфотворці наповнюють новим змістом, зберігаючи початкові асоціації, але

деформуючи та спрощуючи їх. Це створює ілюзію природності міфологічної картини світу.

Ключовим елементом соціального міфу є бінарна опозиція "ми-вони", де "свої" ідеалізуються, а "чужі" демонізуються. Така архетипова опозиція згуртовує групу навколо спільної ідеї та полегшує маніпуляцію масовою свідомістю.

Для впровадження соціальних міфів у масову свідомість використовуються такі прийоми: викривлення інформації, приховування, маніпулювання способом та часом подачі, перевантаження інформацією. Це дозволяє цілеспрямовано конструювати бажану картину реальності.

Своєрідність соціальної міфології розкривається через її визначення як цілеспрямованої діяльності в ролі чинника політичних та рекламних технологій. У соціокультурній реальності міф існує як специфічний текст (з сюжетами та персонажами), як феномен свідомості (спосіб мислення) та як соціальні практики. Використовуючи соціальні інститути, організації та установи, він впливає на систему суспільних відносин, намагаючись змінити її в обраному напрямку.

Міфотворчість не зникає з повсякденного життя сучасного суспільства, а супроводжує його, відіграючи важливу роль у регулюванні поведінки людини, впливаючи на її свідомість. Механізмом цілеспрямованого продукування соціальних міфів є міфоіндустрія, що працює на конкретного соціального замовника. Соціальна міфотворчість передбачає існування творчого суб'єкта, який формує ідеальну ситуацію, намагаючись поєднати її з реальністю, та об'єкта, що сприймає змодельовану дійсність.

У роботі здійснюється термінологічне розмежування дійсної та удаваної соціальної міфотворчості. Дійсна – це стихійне виникнення соціальних міфів, удавана – їх цілеспрямоване продукування. Дійсна міфотворчість - об'єктивне формування міфу, дистанційоване від волі соціальних суб'єктів. Удавана – цілеспрямована раціональна дія, продуктом якої є міф з обміркованим задумом, ірраціональність якого пов'язана з несвідомим його сприйняттям і поширенням.

Процес удаваної міфотворчості передбачає існування активного суб'єкта цілеспрямованого впливу.

Потужним чинником соціальної міфотворчості в масовому суспільстві є засоби масової інформації, діяльність яких пов'язана з міфологізацією свідомості через створення цілісної віртуально-міфологічної картини світу.

Вплив соціальної міфології на життєдіяльність людини і суспільства підвищується або нівелюється в залежності від цінностей, очікувань, мрій притаманних більшості людей. Тобто, створення бажаних образів соціальної реальності враховує очікування широких мас. Соціальна міфологія є психологічною зброєю, елементом ідеологічних концепцій і методом впливу на свідомість. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема соціальних мереж та месенджерів, надає безпрецедентні можливості для швидкого та масштабного розповсюдження міфів серед широкої аудиторії. Це значно підвищує ефективність міфотворчості як інструменту впливу на суспільну свідомість.

Соціальна міфотворчість має спрямований характер і часто метою є маніпулювання індивідуальною та масовою свідомістю. Соціальний міф конструюється на основі природної міфології відповідно до структурно-функціональних особливостей міфу як універсальної форми дотеоретичного осмислення дійсності.

РОЗДІЛ III. МІФОЛОГІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ ІНСТИТУТІВ ТА ПРАКТИК

Актуальність дослідження міфологізації соціальних інститутів та практик зумовлена декількома чинниками. По-перше, в умовах глобалізації, швидкого розвитку інформаційних технологій та поширення соціальних мереж, процеси міфологізації набувають нових форм та масштабів. Міфи, які формуються навколо певних суспільних інститутів та практик, здатні швидко поширюватися та впливати на масову свідомість, формуючи певні стереотипи та уявлення. По-

друге, в умовах соціально-економічної та політичної нестабільності, яка спостерігається у багатьох країнах світу, зокрема і в Україні, міфологізація може виступати засобом маніпуляції суспільною думкою та легітимації певних дій та рішень. По-третє, процеси міфологізації тісно пов'язані з формуванням колективної ідентичності та пам'яті, що є особливо важливим для українського суспільства в умовах триваючої російсько-української війни та необхідності консолідації нації навколо спільних цінностей та ідеалів.

Для кращого розуміння процесів міфологізації соціальних інститутів та практик, необхідно дати визначення ключовим поняттям. Міфологізація - це процес створення та поширення міфів, тобто спрощених, емоційно забарвлених та ірраціональних уявлень про певні явища, події, осіб тощо. Міфи можуть формуватися стихійно, відображаючи колективні страхи, надії та очікування, або ж цілеспрямовано створюватися певними суб'єктами (наприклад, політиками, ЗМІ, громадськими діячами) з метою впливу на масову свідомість.

Соціальні практики – це усталені, регулярно повторювані способи соціальної взаємодії, які базуються на певних нормах, цінностях та зразках поведінки. Соціальні практики можуть бути формальними (закріплені у законах, правилах, інструкціях) або неформальними (базуються на традиціях, звичаях, неписаних правилах). Прикладами соціальних практик можуть бути практики споживання, дозвілля, комунікації, політичної участі тощо.

Соціальні інститути – це історично сформовані, стійкі форми організації спільної діяльності людей, що закріплені комплексом правил, норм, цінностей, культурних взірців покликані задовольняти певні суспільні потреби [3]. В українській соціологічній традиції прийнято виділяти такі основні соціальні інститути як сім'я, освіта, економіка, політика, релігія, наука, право тощо. Кожен з цих інститутів виконує певні функції в суспільстві, має свою структуру, систему статусів та ролей, норми та цінності.

Процеси міфологізації можуть стосуватися як окремих соціальних практик, так і цілих соціальних інститутів. Наприклад, навколо інституту сім'ї можуть формуватися міфи про "традиційні сімейні цінності", "кризу сучасної

сім'ї", "загрозу інституту сім'ї з боку ЛГБТ-спільноти" тощо. Навколо інституту освіти можуть виникати міфи про "безкоштовну та якісну радянську освіту", "занепад сучасної освіти", "необхідність повернення до старих методів навчання" тощо.

Міфологізація соціальних практик може проявлятися у формуванні певних стереотипів та упереджень щодо певних видів діяльності, способів поведінки, стилів життя тощо. Наприклад, можуть існувати міфи про те, що "справжні чоловіки не плачуть", "жінки не розбираються в техніці", "вегетаріанство або м'ясоїдство – це шкідливо для здоров'я", "читання книжок – це нудно та немодно" тощо.

Процеси міфологізації суспільних інститутів та практик мають амбівалентний характер. З одного боку, міфи можуть виконувати важливі соціальні функції – забезпечувати інтеграцію та консолідацію суспільства, легітимізувати певні соціальні порядки та ієрархії, надавати сенс та значущість людському існуванню. З іншого боку, міфи можуть ставати засобом маніпуляції та дезінформації, викривляти реальність, створювати ілюзорні уявлення та очікування, гальмувати суспільний розвиток.

Саме тому вивчення процесів міфологізації суспільних інститутів та практик є важливим завданням сучасної соціології. Дослідження механізмів формування та поширення міфів, їх змісту та соціальних функцій, впливу на масову свідомість та поведінку дозволяє краще зрозуміти сутність соціальної реальності та розробляти більш ефективні стратегії суспільного розвитку.

Отже, міфологізація суспільних інститутів та практик є актуальною та багатоаспектною проблемою, яка потребує комплексного та міждисциплінарного дослідження. Особливої уваги потребують процеси міфологізації в умовах інформаційного суспільства та глобалізації, коли міфи набувають нових форм та масштабів впливу. Також важливо вивчати роль міфів у формуванні колективної ідентичності та пам'яті, легітимації соціальних порядків та ієрархій, маніпулюванні суспільною думкою. Дослідження цих

проблем дозволить не лише краще зрозуміти сутність сучасного суспільства, але й розробити більш ефективні стратегії його розвитку та вдосконалення.

Для глибшого розуміння процесів міфологізації суспільних інститутів та практик, доцільно спочатку розглянути, як ці процеси відбуваються у різних типах суспільств – традиційному, тоталітарному та ліберальному. Такий підхід дозволяє побачити, як специфіка суспільного устрою, домінуючих цінностей та ідеологій впливає на характер та масштаби міфологізації.

У традиційному суспільстві міфи відіграють ключову роль у регуляції соціальних відносин та легітимації існуючих порядків. Традиційні міфи, як правило, мають сакральний характер, спираються на релігійні вірування та ритуали, забезпечують єдність та стабільність суспільства. У такому суспільстві міфологізація соціальних інститутів та практик відбувається стихійно, відображаючи колективні уявлення про світ та місце людини в ньому. Наприклад, міфи про божественне походження влади легітимізують соціальну ієрархію та забезпечують підпорядкування нижчих верств населення вищим.

У тоталітарному суспільстві міфологізація набуває цілеспрямованого та масштабного характеру, стає інструментом ідеологічного впливу та маніпуляції масовою свідомістю. Тоталітарні режими активно створюють та поширюють політичні міфи, які сакралізують владу, партію, вождя, обґрунтовують необхідність тотального контролю над суспільством. Такі міфи можуть ставати основою для формування квазірелігійних культів особистості, як це було, наприклад, у сталінському СРСР чи в нацистській Німеччині. Тоталітарна міфологізація пронизує всі сфери суспільного життя, від політики та економіки до культури та побуту, створюючи ілюзорну картину реальності та блокуючи альтернативні джерела інформації.

У ліберальному суспільстві, яке базується на принципах свободи, плюралізму та верховенства права, міфологізація має переважно стихійний та фрагментарний характер. Лібералізм проголошує право кожного на власну думку та світогляд, тому в такому суспільстві співіснують різноманітні міфи та контрміфи, які конкурують між собою за вплив на масову свідомість. Водночас,

у ліберальному суспільстві також можуть виникати загальні міфи, які відображають базові ліберальні цінності, такі як свобода, рівність, толерантність, верховенство права тощо. Ці міфи можуть ставати основою для формування громадянської ідентичності та консолідації суспільства навколо спільних ідеалів.

Держава, політика та влада, як соціальні інститути, відіграють ключову роль у процесах міфологізації, оскільки саме вони мають найбільші можливості та ресурси для створення та поширення міфів. Політичні міфи можуть використовуватися для легітимації певних політичних рішень та дій, мобілізації населення на підтримку влади, формування образу ворога тощо. Водночас, міфологізація політичної сфери може призводити до спотворення реальності, підміни раціонального мислення ірраціональними уявленнями, блокування конструктивного діалогу між різними соціальними групами та політичними силами.

Процеси міфологізації у політичній сфері тісно пов'язані з міфологізацією інших соціальних інститутів та практик. Наприклад, міфи про "особливий шлях" нації можуть легітимізувати авторитарні тенденції в політиці, обмеження прав і свобод громадян. Міфи про "природні" гендерні ролі можуть гальмувати розвиток гендерної рівності та обмежувати доступ жінок до політичних та економічних ресурсів. Міфи про "вільний ринок" та "невидиму руку" можуть виправдовувати соціальну нерівність та експлуатацію, блокувати розвиток соціальної держави.

Таким чином, дослідження процесів міфологізації суспільних інститутів та практик на глобальному рівні, з урахуванням специфіки різних типів суспільств, дозволяє краще зрозуміти сутність та механізми цих процесів, їх вплив на функціонування соціальних інститутів та практик. Особливу увагу слід приділяти ролі держави, політики та влади у процесах міфологізації, оскільки саме ці інститути мають найбільший вплив на суспільні процеси та здатні як створювати та поширювати міфи, так і протидіяти їх деструктивному впливу. Комплексний аналіз процесів міфологізації дозволяє розробляти більш

ефективні стратегії розвитку суспільства, які базуються на критичному мисленні, раціональному діалозі та демократичних цінностях.

Більш детально зупинимося на особливостях міфологізації в тоталітарному суспільстві. Попри те, що більшість країн світу декларують прихильність до демократичних цінностей та принципів, тоталітаризм продовжує існувати у сучасному світі. Деякі країни зберігають ключові ознаки тоталітарних режимів, такі як однопартійна система, культ особистості лідера, тотальний контроль над суспільством, репресії проти опозиції тощо.

Яскравим прикладом сучасної тоталітарної держави є Північна Корея. У цій країні встановлено культ особистості правлячої династії Кімів, діє єдина правляча партія, повністю відсутні політичні та громадянські свободи, функціонує система тотального ідеологічного контролю та репресій. Будь-яке інакомислення жорстко карається, а населення піддається постійній пропаганді та ізоляції від зовнішнього світу.

Інший приклад – Туркменістан, де встановлено культ особистості президента, діє жорстка цензура ЗМІ, переслідуються опозиціонери та релігійні меншини. Попри формальне існування багатопартійності, реальна влада зосереджена в руках правлячої еліти, а вибори мають імітаційний характер.

Ще одним прикладом країни з тоталітарними тенденціями є сучасна росія. Попри формальне існування демократичних інститутів, реальна влада в країні зосереджена в руках президента Володимира Путіна та його оточення, які встановили жорсткий контроль над політичною системою, ЗМІ та громадянським суспільством. Путінський режим активно використовує міфи про "велич росії", "загрози з боку Заходу", "традиційні цінності" для легітимації своєї влади та виправдання агресивної зовнішньої політики, зокрема анексії Криму та війни проти України.

Певні тоталітарні тенденції спостерігаються і в інших країнах, таких як Венесуела, Куба, Еритрея, де діють авторитарні режими з елементами тоталітаризму – концентрація влади в руках правлячої верхівки, обмеження політичних та громадянських свобод, переслідування опозиції тощо.

Дослідження сучасного тоталітаризму є важливим, оскільки дозволяє краще зрозуміти природу та механізми функціонування тоталітарних режимів, які продовжують існувати в сучасному світі.

Сучасний тоталітаризм спирається на широке використання міфів для легітимації своєї влади та маніпуляції масовою свідомістю. Тоталітарні режими створюють та поширюють міфи про "особливу місію" держави та її лідерів, про "ворогів" та "загрози", які нібито виправдовують репресії та обмеження свобод. За допомогою пропаганди та цензури тоталітарні режими нав'язують населенню спотворену картину реальності, блокують альтернативні джерела інформації та думок.

Отже, попри поширення демократичних цінностей та інститутів, тоталітаризм продовжує існувати в сучасному світі, зокрема в таких країнах як Північна Корея, Туркменістан, росія, Венесуела, Куба, Еритрея та інших. При цьому, особливу увагу слід приділяти ролі міфів у легітимації тоталітарних режимів та маніпуляції масовою свідомістю.

Поняття тоталітаризм походить від латинського слова "totalitas", що означає цілісність, повноту [22].

Ідея підпорядкування індивіда державі бере свій початок ще в давнину. Античні мислителі, такі як Геракліт і Платон, обґрунтовували доцільність всеохоплюючого державного контролю та розробляли теоретичні моделі відповідної системи управління, пізніше їх справу продовжили Мор Т., Кампанелла Т. [24]. Проте сам термін "тоталітаризм" вперше з'явився в 20-х роках ХХ століття в Італії як критика режиму Муссоліні [22]. Наприкінці 30-х років це поняття увійшло в науковий дискурс і асоціювалося з комунізмом, націонал-соціалізмом та фашизмом як можливими формами тоталітарної держави. Сьогодні тоталітаризм розглядається як руйнівне та деструктивне явище для індивіда й суспільства в цілому.

Основними характеристиками тоталітаризму є монополізація влади однією політичною партією або одноосібним харизматичним лідером, знищення багатопартійності, нав'язування державної ідеології, заборона на

критику влади, централізована пропаганда та жорсткий контроль над засобами масової інформації. Е. Фромм, зазначає, що влада активно використовує соціальні міфи, емоційну риторичку та стереотипізацію опонентів з метою маніпулювання масами, особливо вразливими верствами населення [50].

Тоталітаризм характеризується низкою суттєвих рис. По-перше, відбувається монополізація влади однією політичною силою або харизматичним лідером, який зосереджує у своїх руках законодавчу, виконавчу та судову гілки влади. По-друге, знищується багатопартійна система та запроваджується єдина панівна ідеологія, що прославляє та захищає інтереси правлячої партії. У інформаційному просторі активно використовується емоційна риторика з ярликуванням опонентів як "ворогів народу", "буржуазних націоналістів" тощо. Особливий вплив соціальної міфології спрямований на маргіналізовані верстви суспільства, навіюючи їм ілюзію народовладдя та залучення до політичного життя [50].

Ключовою рисою тоталітарних режимів є створення спеціальних суспільно-політичних рухів, покликаних забезпечити підтримку влади шляхом залучення широких верств населення. За сприяння їхніх активістів і з використанням методів залякування в суспільстві культивуються атмосфера підозри, шпигуноманія, зрадництва та демонстративна лояльність до режиму [50].

Тоталітарна держава використовує ці масові рухи для імітації демократичності та народовладдя. Вони базуються на єдиній ідеології, штучно створеній на основі міфів, псевдонаукових теорій і системно нав'язуваній населенню під гаслами боротьби за "краще життя" та "світле майбутнє". Така ідеологія має утопічний, квазірелігійний характер, охоплює всі сфери життя людей і руйнує культурні традиції країни. Завдяки монополії на засоби масової інформації втілення й поширення ідеології відбувається без перешкод.

Тоталітарна міфологія відрізняється використанням соціальних чи ідеологічних міфів, основною метою яких є спотворення або навіть знищення реальності через створення паралельного ілюзорного світу, здатного

активізувати в людині необхідні соціальні реакції. Ця міфологія, діючи спільно з пропагандою на почуття реципієнтів, є простою і зрозумілою. Міфологічні символи наділені високою емоційною насиченістю, провокуючи в людей амбівалентні почуття обожнювання і жаху, любові і страху, як-от у випадку з образами вождів народу.

Для консолідації суспільства тоталітарна міфологія залучає бінарну опозицію "свої – чужі", "ми – вони", актуалізуючи образ держави-фортеці, оточеної численними ворогами. Усі внутрішні проблеми пояснюються діями зовнішніх агресорів, а незгодних громадян оголошують зрадниками й піддають суспільному осуду. Історично такими "чужими" вважалися Захід та США [45, с. 167].

Від народу вимагається беззастережна покора владі, віра в необхідність існуючого соціально-політичного ладу, готовність стійко переносити негаразди, бідність і жертвувати життям заради загального міфічного блага. Цінність особистості нівелюється, індивідуальне "я" заміщується колективістським "ми". Немає окремих яскравих індивідуальностей, є лише пригнічені громадяни, чие життя нічого не варте.

Така міфологія активно культивувалася, наприклад, у радянському мистецтві через спеціально розроблену етику й естетику жертви задля обґрунтування досягнення "світлого майбутнього". Вчення про комуністичне майбутнє людства як різновид спотвореного християнства і месіанське призначення робітничого класу були міфологізовані, а поняття "Батьківщина", "держава", "партія", "народ" мали сакральне значення.

Важливою рисою тоталітарної міфології є її агресивність та прагнення до глобального поширення власної "істини". Яскравим прикладом цього є спроби нав'язування ідеї світової комуністичної революції та встановлення диктатури пролетаріату спочатку через військову силу, а згодом і за допомогою ЗМІ. Саме комуністична ідеологія в СРСР може розглядатися як утопічний міф, що дозволив збудувати специфічний тоталітарний режим.

Отже, тоталітарна міфологія у взаємодії з ідеологією та пропагандою стала ефективним інструментом для створення та підтримання непорушності відповідного державного ладу. Вона відрізняється компактністю, відносною замкненістю, простотою для сприйняття, проте водночас демонструє зовнішню агресивність, виявляючись у прагненні переконати весь світ у правильності свого "вчення".

Така міфологія характеризується лаконічністю та зрозумілістю для широких мас, однак за лаконічною формою приховується глибока міфологічна основа, здатна активізувати потужні емоційні реакції в реципієнтів. Символічні образи наділені високим емоційним забарвленням, провокуючи амбівалентні почуття обожнювання і страху, любові і жаху. Для консолідації суспільства активно експлуатується бінарна опозиція "свої – чужі", створюючи образ держави-фортеці, оточеної численними ворогами.

Тепер розглянемо особливості міфологізації в ліберальних суспільствах. Дослідження міфологізації соціальних інститутів та соціальних практик у ліберальному суспільстві є особливо важливим з кількох причин. По-перше, ліберальні суспільства базуються на принципах свободи, плюралізму та верховенства права, що створює сприятливі умови для виникнення та поширення різноманітних міфів та контрміфів. На відміну від традиційних та тоталітарних суспільств, де міфотворення має переважно централізований та контрольований характер, у ліберальних суспільствах міфи виникають стихійно, відображаючи інтереси та цінності різних соціальних груп та спільнот. Це робить процеси міфологізації більш складними, динамічними та важко передбачуваними.

По-друге, в ліберальних суспільствах міфологізація може мати як конструктивний, так і деструктивний вплив на функціонування соціальних інститутів та практик. З одного боку, певні міфи можуть сприяти консолідації суспільства навколо спільних цінностей та ідеалів, легітимізувати демократичні інститути та практики, мобілізувати громадян на вирішення суспільних проблем. З іншого боку, деякі міфи можуть підривати довіру до демократичних

інститутів, поляризувати суспільство, посилювати соціальну напруженість та конфлікти. Тому дослідження процесів міфологізації в ліберальних суспільствах дозволяє краще зрозуміти їх потенційні наслідки та розробляти стратегії протидії деструктивним міфам.

По-третє, в умовах глобалізації та інформаційної революції ліберальні суспільства стають все більш відкритими та взаємопов'язаними, що створює нові виклики та можливості для міфотворення. З одного боку, поширення інформаційних технологій та соціальних мереж полегшує доступ до альтернативних джерел інформації та думок, що може сприяти критичному мисленню та деконструкції міфів. З іншого боку, ці ж технології можуть використовуватися для швидкого поширення фейків, маніпуляцій та пропаганди, що ускладнює раціональний суспільний діалог та посилює міфологізацію.

Для визначення конкретних ліберальних суспільств можна використовувати різні критерії, такі як рівень демократії, дотримання прав людини, свобода слова та ЗМІ, верховенство права, розвиток громадянського суспільства тощо. Відповідно до цих критеріїв, до ліберальних суспільств можна віднести більшість країн Європейського Союзу (наприклад, Німеччину, Францію, Нідерланди, Швецію), США, Канаду, Австралію, Нову Зеландію, Японію та інші розвинені демократії.

Наприклад, у США процеси міфологізації відіграють важливу роль у політичній сфері, де різні політичні сили та групи інтересів активно створюють та поширюють міфи для мобілізації своїх прихильників та дискредитації опонентів. Ці міфи можуть стосуватися різних аспектів американської політики та суспільства – від ролі федерального уряду та вільного ринку до питань расової та гендерної рівності, імміграції, gun control тощо. Дослідження цих міфів дозволяє краще зрозуміти глибинні суспільні протиріччя та розробляти більш ефективні стратегії суспільного діалогу та консенсусу.

У країнах ЄС процеси міфологізації можуть бути пов'язані з питаннями європейської інтеграції, мультикультуралізму, міграції, соціальної держави

тощо. Наприклад, міфи про "брюссельську бюрократію" та "втрату національного суверенітету" використовуються євроскептиками для критики ЄС та мобілізації прихильників націоналістичних та популістських сил. Водночас, проєвропейські сили можуть створювати міфи про "єдину європейську сім'ю" та "спільні європейські цінності" для посилення легітимності та привабливості європейського проекту. Дослідження цих міфів є важливим для розуміння динаміки європейської інтеграції та розробки більш ефективних стратегій комунікації та співпраці між країнами-членами ЄС.

Отже, дослідження міфологізації соціальних інститутів та практик у ліберальних суспільствах є актуальним та важливим науковим завданням. Воно дозволяє краще зрозуміти природу та механізми міфотворення в умовах свободи та плюралізму, виявляти потенційні наслідки різних міфів для функціонування демократичних інститутів та практик, розробляти стратегії протидії деструктивним міфам та зміцнення раціонального суспільного діалогу. При цьому, особливу увагу слід приділяти аналізу міфологізації в конкретних ліберальних суспільствах, таких як США, країни ЄС та інші розвинені демократії, з урахуванням їх специфічного історичного, культурного та інституційного контексту.

На відміну від тоталітарних режимів, ліберальна демократія передбачає реальне втілення всього комплексу громадянських свобод індивіда: свободи слова, зібрань, віросповідання, доступу до альтернативних джерел інформації тощо. Відповідно, існують суттєві відмінності між тоталітарною та ліберальною міфологіями, що впливають з особливостей кожної форми правління.

Термін "лібералізм" походить від латинського "liberalis" - "вільний" і позначає соціально-політичну концепцію, основною ідеєю якої є самоцінність свободи в економічній, політичній та інших сферах суспільного життя [23]. Розрізняють класичний та сучасний лібералізм.

На сучасному етапі більшість суспільств використовує ліберальну модель розвитку, зростає кількість ринкових держав, а проблеми індивідуального

вибору стають пріоритетними. У своїй суспільно-політичній практиці ліберали спираються на принцип демократії, розглядаючи її крізь призму індивідуалізму та ототожнюючи з вільними виборами. Для запобігання тиранії більшості демократія має функціонувати в межах конституції.

Ліберальна демократія є непрямую та представницькою формою демократії, за якої до влади приходять шляхом перемоги на виборах, проведених на засадах формальної політичної рівності [18, с. 128]. Вона ґрунтується на конкуренції та виборі електорату, що забезпечується політичним плюралізмом, співіснуванням різноманітних вчень, філософій та політичних організацій. Для лібералізму характерним є чітке розмежування понять "держава" та "громадянське суспільство", яке досягається шляхом обмеження влади уряду та існування автономних груп і інтересів, а також ринковою капіталістичною організацією економічного життя.

У ліберальному суспільстві міфологія відзначається аморфністю, розмитістю, неоднозначністю, поліцентризмом і нестійкістю. Її складно аналізувати, оскільки дослідник свідомо чи несвідомо перебуватиме під її впливом. Акцент у ліберальній міфології робиться на демократичних цінностях, що створює відчуття власної значущості та можливості впливу на державно-політичні процеси.

В умовах зростаючої ролі інформації, домінування аудіовізуальної комунікації, появи новітніх електронних засобів зв'язку та глобалізації, міфологія перетворилася на ефективний інструмент маніпулювання свідомістю. Зокрема, у ліберальних суспільствах маніпуляція відбувається через експлуатацію демократичних цінностей і громадянських свобод, де значну роль відіграють засоби масової комунікації.

Про маніпулятивний характер міфології в ліберальному суспільстві свідчать п'ять основних міфів, виокремлених Г. Шиллером: 1. Міф про нейтралітет – для успішної маніпуляції вона має залишатися непомітною, а люди мають вірити в нейтральність основних соціальних інститутів; 2. Міф про плюралізм ЗМІ - уявлення про особистий вибір в умовах культурно-

інформаційної різноманітності активно культивується як риса способу життя, забезпечуючи успіх маніпуляції; 3. Міф про відсутність соціальних конфліктів - маніпулятори применшують чи спотворюють реально існуючі панування та експлуатацію, оскільки правдиве висвітлення конфліктів може посилити опір соціальній нерівності; 4. Міф про індивідуалізм і особистий вибір - успіхом маніпуляції є використання концепції індивідуалізму для захисту приватної власності та добробуту індивіда; 5. Міф про незмінну природу людини - колективні уявлення про людську природу впливають на поведінку людей відповідно до їхніх переконань [52, с. 25-41].

Ліберальна міфологія постає аморфною, але потужною силою, здатною впливати на масову свідомість через експлуатацію демократичних цінностей і механізмів. У ліберальному суспільстві міфологія ґрунтується на демократичних засадах і громадянських свободах, що дозволяє маніпулювати масовою свідомістю. В умовах глобалізації, зростаючої ролі інформації, появи новітніх електронних засобів комунікації кількість міфів невинно зростає, відбувається безперервна міфологізація дійсності.

Міфологія в ліберальних суспільствах покликана приховувати наявні соціальні, політичні чи економічні суперечності, недоліки суспільної організації, корупційні схеми владної верхівки тощо. Тому такі поняття, як "демократія", "громадянські права", "демократичні цінності" за певних обставин самі можуть перетворюватися на звичайні міфи.

Традиційна міфологія поступилася місцем сучасній, соціальній. Актуалізацію та масове розповсюдження соціальної міфології в суспільстві посилюють процеси інформатизації та медіатизації (розвиток медіасередовища), значно збільшуючи маніпулятивний потенціал і вплив міфів на суспільну та масову свідомість.

Потреба у створенні та поширенні соціальних міфів безпосередньо пов'язана зі встановленням демократичного ладу та громадянського суспільства. Це потребує інших способів впливу на маси, ніж в авторитарних

чи тоталітарних режимах. Найпоширенішим і найефективнішим стає маніпулювання суспільною свідомістю.

Маніпуляція є цілеспрямованим прихованим впливом на психіку людини з метою змінити її думки, мотиви та дії. Цей вплив спрямований на психічні структури, здійснюється приховано і ставить за мету змінити погляди, спонукання та цілі людей у потрібному для влади напрямку. При цьому людина не усвідомлює факту управління нею.

Обов'язковою ознакою маніпулювання є прихований вплив, що реалізується двома шляхами: по-перше, через спеціально створений соціальний міф, який маскує реальну мету та сам факт впливу; по-друге, за допомогою використання особливих ритуалів чи дій, в яких зашифрована приховувана інформація.

Ефективність певного впливу залежить від сприйняття носієм змісту конкретного міфу. Існує взаємозв'язок: чим важливіше для реципієнта повідомлення, тим більший вплив воно справляє. Водночас, чим більш розвинене критичне мислення, тим менша схильність до зовнішнього навіювання та маніпулювання. Якщо внаслідок отриманої інформації людина змінила свої погляди, ідеї чи життєві орієнтири, це свідчить про успішну маніпуляцію. Захиститися від неї можна лише розвиваючи критичне мислення, послідовно відстоюючи власну позицію та виявляючи певний скептицизм.

На думку С. Московічі, основна відмінність держав західного типу полягає в тому, що вони ґрунтуються не на контролі засобів виробництва, а засобів інформації, використовуючи їх як нервову систему маніпулювання масами [67, с. 48]. Отже, можна припустити, що демократія, демократичні цінності та громадянські свободи західних суспільств є соціально-політичними міфами, поширюваними владними елітами в масовій свідомості.

Масовізація суспільного життя посилює маніпулятивний вплив на масову свідомість засобів масової комунікації. За їх допомогою відбувається повний контроль над поширенням інформації, що формує уявлення, цінності, установки та поведінку людини. ЗМІ значною мірою визначають процес

соціалізації, завдяки якому на індивідуальному рівні конструюється світ віртуальної реальності. Використовуючи спеціальні прийоми подачі інформації, вони спотворюють соціальну дійсність, чинячи маніпулятивний вплив на масову свідомість.

Домінування в культурі образності, розширення візуальної складової та активізація образного мислення зумовлюють посилення процесу міфотворчості й тиражування міфів у сучасному суспільстві. Це погіршує фільтраційні можливості людини та втрату раціонального сприйняття дійсності. Протягом останніх десятиліть значно зросли можливості та потенціал для створення, поширення й використання соціальної міфології в корисливих цілях політиками чи бізнес-елітами. Таку ситуацію передбачав К. Ясперс, стверджуючи, що об'єднання світу телекомунікаційними мережами може мати вкрай негативні наслідки для духовного розвитку людства [55].

Нинішні ЗМІ, зокрема телебачення як провідне джерело інформації в більшості країн, стандартизують суспільну та масову свідомість. Особливості подачі інформації стимулюють механізми міфологічного мислення й активізують соціальну міфотворчість.

Окрім політиків, соціальні міфи активно використовують маркетологи для формування та стимулювання споживацького попиту. Отже, соціальні міфи застосовуються у двох сферах – політиці та економіці – для маніпулювання масовою свідомістю задля легітимізації влади та підвищення прибутків. Це призводить до стандартизації й вразливості масової свідомості людства під впливом соціальної міфології.

Наприклад, в Україні після революційних подій 2013-2014 років у ЗМІ фрази "ідеали Майдану", "євроінтеграція", "цінності Революції Гідності" перетворилися на міфологічні кліше. Політичні еліти використовують ці міфи для маніпуляції, намагаючись переконати суспільство в боротьбі з корупцією, наближенні до ЄС та позитивному ефекті від реформ.

3.2 Вибірчий процес і рекламна індустрія: міфологізація у дії

Дослідимо конкретні соціальні інститути в контексті процесів міфологізації та її впливу на суспільні практики та суспільство загалом.

Зосередимося на конкретному соціальному інституті та його впливі на суспільство в контексті процесу міфологізації, а саме на рекламі. Власне чому доцільно досліджувати рекламу як приклад міфологізації соціальних інститутів та практик?

Дослідження процесів міфологізації в рекламі є важливим компонентом вивчення загальних тенденцій міфологізації суспільства та їх впливу на функціонування соціальних інститутів та практик. Це зумовлено кількома факторами.

По-перше, реклама є одним з найбільш потужних каналів трансляції міфів у сучасному суспільстві. Завдяки своїй масовості, повторюваності та емоційній насиченості рекламні повідомлення здатні ефективно поширювати та закріплювати в масовій свідомості певні ідеалізовані образи, стереотипи, моделі поведінки. При цьому міфологеми, які використовуються в рекламі, часто корелюють з більш широкими соціальними міфами про успіх, щастя, красу, гендерні ролі тощо [66]. Тож аналіз рекламних міфів дозволяє краще зрозуміти загальні механізми та тенденції міфологізації у суспільстві.

По-друге, реклама не лише відображає, але й активно формує соціальну реальність, впливаючи на функціонування різних соціальних інститутів – від сім'ї та освіти до політики та економіки. Рекламні міфи можуть легітимізувати або дискредитувати певні соціальні практики, цінності, ідеології. Наприклад, реклама може романтизувати консьюмеризм як шлях до щастя та самореалізації, натуралізувати гендерні стереотипи, просувати індивідуалістичні цінності на противагу колективним. Відповідно, дослідження рекламних міфів дозволяє краще зрозуміти, як міфологізація впливає на репродукцію або трансформацію соціальних інститутів та практик.

По-третє, рекламна індустрія сама по собі є важливим соціальним інститутом зі своїми специфічними функціями, нормами, цінностями,

професійними практиками. Процеси міфологізації в рекламі відображають не лише загальносуспільні тенденції, але й специфіку рекламного ринку, креативних трендів, етичних стандартів тощо [67]. Аналіз рекламних міфів дозволяє краще зрозуміти, як функціонує та розвивається рекламна індустрія, як вона взаємодіє з іншими соціальними інститутами, як реагує на зміни в суспільстві.

Нарешті, дослідження процесів міфологізації в рекламі має важливе практичне значення для розвитку медіаграмотності та формування критичного мислення у суспільстві. Розуміння механізмів творення та впливу рекламних міфів дозволяє людям більш усвідомлено та критично сприймати рекламні повідомлення, розрізняти міфологізовані образи та реальність, приймати більш раціональні та автономні рішення як у сфері споживання, так і в інших соціальних практиках. Тож аналіз рекламних міфів є важливим інструментом емансипації та раціоналізації суспільної свідомості.

Отже, дослідження процесів міфологізації в рекламі є невід'ємною частиною більш широкого аналізу міфологізації суспільства та її впливу на соціальні інститути та практики. Реклама є одним з ключових каналів трансляції та закріплення соціальних міфів, активно впливає на формування цінностей, потреб, моделей поведінки. Водночас реклама сама є важливим соціальним інститутом зі своєю специфікою та динамікою розвитку. Тож комплексне вивчення рекламних міфів дозволяє краще зрозуміти як загальносуспільні тенденції міфологізації, так і конкретні механізми та наслідки їх реалізації в одній із ключових сфер сучасного соціуму. Це, в свою чергу, відкриває можливості для більш ефективного розвитку медіаграмотності, критичного мислення та раціоналізації суспільної свідомості.

Реклама є невід'ємною частиною сучасного суспільства та активно впливає на формування споживчих уподобань, стилю життя та навіть світогляду людей. Попри те, що первинною функцією реклами є комерційна, тобто просування товарів та послуг з метою збільшення продажів та прибутків,

сьогодні вона набула ознак потужного соціального інституту, який не лише відображає, але й формує соціальну реальність.

Як комерційна діяльність, реклама спрямована на інформування потенційних споживачів про переваги та особливості певних товарів чи послуг, створення позитивного іміджу бренду, стимулювання попиту та збільшення обсягів продажів. Комерційна реклама використовує різноманітні канали комунікації – від традиційних ЗМІ (телебачення, радіо, преса) до цифрових платформ (соціальні мережі, месенджери, онлайн-відео) – та креативні прийоми (яскраві образи, емоційні апеляції, гумор, знаменитостей тощо) для привернення уваги та переконання аудиторії.

Водночас, реклама як соціальний інститут виконує низку важливих функцій, які виходять за межі комерційних завдань. По-перше, реклама є потужним агентом соціалізації, транслюючи певні цінності, норми, моделі поведінки та стилі життя. Вона формує уявлення про престижність та соціальну бажаність тих чи інших товарів, брендів, практик споживання. По-друге, реклама відіграє важливу роль у процесах соціальної диференціації та ідентифікації, дозволяючи індивідам за допомогою споживчих виборів демонструвати свій соціальний статус, стиль життя, належність до тих чи інших соціальних груп. По-третє, реклама є індикатором соціокультурних трендів та змін, відображаючи домінуючі в суспільстві цінності, естетичні смаки, гендерні ролі тощо [61]. Нарешті, реклама часто стає майданчиком для публічного обговорення соціально значущих тем – від здорового способу життя та охорони довкілля до гендерної рівності та інклюзії.

Поведінка людей в межах впливу реклами може розглядатися як специфічна соціальна практика, яка включає не лише акт покупки рекламованого продукту, але й більш широкий комплекс дій, пов'язаних зі сприйняттям рекламних повідомлень, формуванням певних споживчих переваг та стилю життя, соціальною самопрезентацією через споживчі вибори тощо. Ця практика регулюється як зовнішніми (рекламні стимули,

соціальні норми та очікування), так і внутрішніми (цінності, настанови, досвід) чинниками та може набувати рутинного, часто неусвідомлюваного характеру.

Одним з ключових механізмів впливу реклами на соціальні практики є міфологізація – створення та підтримання за допомогою рекламних повідомлень певних ідеалізованих, емоційно заряджених образів реальності, які апелюють до глибинних потреб та бажань людей. Рекламні міфи експлуатують архетипічні сюжети та символи, пов'язані з уявленнями про щастя, успіх, красу, молодість, здоров'я, свободу тощо. Наприклад, реклама прального порошку може транслювати міф про "ідеальну господиню", для якої бездоганна чистота одягу є запорукою сімейного благополуччя та соціального схвалення. Реклама парфумів часто апелює до міфів про спокусу, пристрасть, розкішне життя. Реклама автомобілів експлуатує міфи про швидкість, свободу, статус, маскулітність. При цьому рекламні міфи часто спрощують та ідеалізують реальність, ігноруючи її складність та суперечливість.

Яскравим прикладом міфологізації в українській рекламі є серія роликів "Смачно від природи" від бренду соків "Садочок", де щасливі родини збираються разом, щоб насолодитися "справжнім смаком життя". Ця реклама транслює міфи про сімейну ідилію, єднання з природою, здоровий спосіб життя, при цьому ігноруючи той факт, що сік з пакету – це все ж таки індустріально перероблений продукт. Інший приклад - реклама горілки "Nemiroff", яка апелює до міфів про козацьку звитягу, українську гостинність, "справжню чоловічу дружбу", романтизуючи та нормалізуючи практики вживання алкоголю.

У політичній рекламі міфологізація набуває ще більш виразного характеру, адже тут йдеться про боротьбу за владу, формування громадської думки та легітимацію певного політичного курсу [28]. Політична реклама часто експлуатує міфи про "золоте минуле", "світле майбутнє", "ворогів" та "героїв", "стабільність" та "зміни" [68]. Наприклад, під час виборчої кампанії 2019 року команда Володимира Зеленського активно використовувала міф про "народного президента", який є "своїм хлопцем" для простих людей і який

зможє швидко та рїшучє "зламати систему" [58]. З їншого боку, опоненти Зеленського експлуатували мїфи про його "недосвідченїсть", "залежнїсть вїд олігархїв", "проросїйськїсть".

Щє одним прикладом полїтичної мїфологїзацїї є передвїборча кампанїя Дональда Трампа у США у 2016 році, яка спиралася на мїфи про "велич Америки", "загрозу з боку мїгрантїв", "змову їстеблїшменту", "чесного бїзнесмена" тощо. При цьому Трамп активно використовував соцїальнї мережї та цифровї їнструменти для поширення своїх мїфїв та дискредитацїї опонентїв [62].

Отже, реклама як соцїальний їнститут вїдїграє важливу роль у процесах мїфологїзацїї суспїльної свїдомостї та формування соцїальних практик. Комерцїйна реклама за допомогою емоцїйно заряджених образїв та сюжетїв транслює мїфи про щастя, успїх, красу, молодїсть, їдеалїзуючи реальнїсть та стимулюючи споживчу поведїнку. Полїтична реклама експлуатує мїфи про минуле та майбутнє, "героїв" та "ворогїв", легїтимїзуючи боротьбу за владу та певний полїтичний курс. Ї комерцїйна, ї полїтична реклама спрощують та їдеалїзують реальнїсть, апелюють до їррацїональних мотивїв та емоцїй, блокують критичне мислення. Тому важливим завданням сучасного суспїльства є розвиток медїаграмотностї та критичного сприйняття рекламних повїдомлень, деконструкцїя рекламних мїфїв та усвїдомлення їх впливу на нашї цїнностї, погляди та поведїнку.

Також проаналїзуємо вибори як соцїальний їнститут бїльшостї країн нашої планети та похїднї вїд нього суспїльнї практики.

Вибори як соцїальний їнститут та похїднї вїд нього суспїльнї практики вїдїграють ключову роль у процесах мїфологїзацїї сучасного суспїльства. Будучи центральним механїзмом легїтимацїї полїтичної влади та формування колективної волї, вибори водночас стають майданчиком для їнтенсивного продукування, трансляцїї та зїткнення рїзноманїтних соцїальних мїфїв. Цї мїфи не лише вїдображають, але й активно формують уявлення громадян про

політичну реальність, бажаний устрій суспільства, ключові суспільні проблеми та шляхи їх вирішення.

У процесі виборчих кампаній кандидати та партії активно використовують міфи для мобілізації електорату, легітимації своїх програм та дискредитації опонентів. Зокрема, поширеними є міфи про "рятівника нації", "золоте минуле", "світле майбутнє", "ворогів" та "героїв". Зокрема, під час президентської кампанії у США у 2020 році Джо Байден активно використовував міф про "відновлення душі Америки" та "повернення до нормальності" після хаотичного та девіантного президентства Дональда Трампа. Байден позиціонував себе як досвідченого та емпатичного лідера, здатного об'єднати націю, відновити верховенство права та повагу до демократичних інститутів [70]. Цей міф резонував з прагненням багатьох американців до стабільності та порядку після турбулентності ери Трампа.

З іншого боку, Дональд Трамп під час своєї кампанії 2016 року активно експлуатував міф про "забуту Америку" – білий робітничий клас, який нібито постраждав від глобалізації, деіндустріалізації та ліберальних еліт. Трамп позиціонував себе як "голос безголосих", борця проти "вашингтонського болота" та політичної коректності. Цей популістський міф дозволив йому мобілізувати значну частину розчарованих та розгніваних виборців, які відчували себе маргіналізованими та зрадженими традиційними політичними елітами.

Натомість його опонентка, але у 2016 році, Гілларі Клінтон апелювала до міфу про "першу жінку-президента", яка нібито втілює цінності прогресу, рівності та компетентності[65].

В українській політиці цікавим прикладом є міфологізація постаті Юлії Тимошенко. Протягом своєї політичної кар'єри вона активно використовувала різні міфологеми – від "єдиної опозиціонерки режиму Кучми" у 2000-х до "газової принцеси", яка нібито здатна перемогти у "газових війнах" з Росією у 2008-2009 роках. У 2019 році, балотуючись у президенти, Тимошенко апелювала до міфів про себе як про "досвідченого державного діяча" та

"захисницю простих людей від тарифного геноциду" [71]. Ці міфи спиралися на її харизматичний імідж, опозиційність до чинної влади та обіцянки радикального зниження цін на комунальні послуги [51].

Ще одним показовим прикладом з української політики є міфологізація постаті Святослава Вакарчука під час парламентських виборів 2019 року. Вакарчук, відомий рок-співак та лідер гурту "Океан Ельзи", створив партію "Голос" і позиціонував себе як "нове обличчя" української політики, не заплямоване корупцією та популізмом. Він апелював до міфів про "політику гідності", "європейські цінності", "нову генерацію політиків". Ці міфи резонували з запитом частини суспільства (зокрема, молоді та середнього класу) на оновлення та моралізацію політики після розчарування у "старих" елітах.

У Франції під час президентських виборів 2017 року переможець Еммануель Макрон використовував міф про "нове обличчя" французької політики, яке нібито втілює цінності прогресу, оновлення та єднання нації [59]. Його головна опонентка Марін Ле Пен апелювала до міфу про "захисницю французької ідентичності" від загроз глобалізації, імміграції та ісламізації [69].

Ці приклади демонструють, що міфологізація є невід'ємною частиною виборчого процесу навіть у розвинених демократичних країнах. Політики використовують міфи для легітимації своїх кандидатур та мобілізації виборців, апелюючи до їх цінностей, емоцій та ідентичностей. Проте ці міфи можуть мати різний вплив на суспільство та демократичні практики - від конструктивної артикуляції суспільних проблем та альтернатив до маніпулятивної експлуатації страхів та упереджень.

Проте особливо активно міфи використовуються в авторитарних та гібридних режимах, де вибори мають імітаційний характер і покликані легітимізувати фактичну монополію влади. Наприклад, в Росії під час президентських виборів 2018 року активно експлуатувався міф про Володимира Путіна як "батька нації", "збирача земель", "захисника традиційних цінностей" від "західних ворогів". У Венесуелі режим Ніколаса Мадуро використовує міф

про "боліваріанську революцію" та "соціалізм XXI століття", які нібито захищають народ від "імперіалістичної агресії" США [63]. У Білорусі режим Олександра Лукашенка експлуатує міф про "батька нації", який гарантує стабільність, порядок та союз з Росією.

Міфи, які використовуються під час виборчих кампаній, не зникають після оголошення результатів, а продовжують циркулювати в суспільстві, впливаючи на сприйняття громадянами політичної реальності та легітимність політичних інститутів. Зокрема, міф про "рятівника нації", який перемагає на виборах, може призводити до надмірної персоналізації та сакралізації влади, звуження простору для критики та опозиції. Міф про "ворогів" та "зрадників" може виправдовувати обмеження громадянських свобод, переслідування опонентів, агресивну зовнішню політику. Міф про "особливий шлях" нації може легітимізувати відхід від демократичних стандартів та цінностей.

Яскравим прикладом є міфологізація постаті Володимира Путіна в росії, яка не лише забезпечила йому електоральну підтримку, але й легітимізувала авторитарний тренд у російській політиці – це згорання демократичних інститутів, обмеження свободи слова та зібрань, репресії проти опозиції, агресивну зовнішню політику. Схожі тенденції спостерігалися в Туреччині після перемоги Реджепа Ердогана на президентських виборах 2014 та 2018 років, яка супроводжувалася зміцненням режиму особистої влади під гаслами "захисту демократії" та "боротьби з тероризмом". В Угорщині перемога Віктора Орбана на парламентських виборах 2010 року, яка спиралася на міфи про "національну революцію" та "боротьбу з ліберальною диктатурою", призвела до встановлення режиму "неліберальної демократії" з обмеженням політичного плюралізму та громадянських свобод.

З іншого боку, навіть у розвинених демократіях електоральні міфи можуть мати деструктивний вплив на функціонування політичних та соціальних інститутів. Наприклад, міфи про "загрозу мігрантів", які активно використовувалися правими популістами на виборах до Європарламенту у 2019 році, посилювали ксенофобські настрої та підірвали легітимність наднаціональних

інститутів ЄС. Міфи про "змову істеблішменту" та "фальсифікацію виборів", які поширював Дональд Трамп після поразки на президентських виборах у США у 2020 році, делегітимізували результати демократичного волевиявлення та призвели до безпрецедентного штурму Капітолію прихильниками Трампа.

Водночас було б спрощенням зводити виборчий процес виключно до маніпулятивної міфологізації. Вибори залишаються ключовим механізмом демократичного волевиявлення та політичної репрезентації, який дозволяє громадянам впливати на формування влади та публічної політики. У цьому контексті міфи можуть відігравати і конструктивну роль – мобілізувати виборців, артикулювати суспільно значущі проблеми та альтернативи, формувати колективну ідентичність та солідарність.

Наприклад, під час "Помаранчевої революції" в Україні у 2004 році саме міф про "чесні вибори" та "народну владу" мобілізував мільйони громадян на мирний протест проти фальсифікацій та відстоювання свого демократичного вибору. Під час президентських виборів у Франції у 2017 році міф про "прогресивну коаліцію" дозволив Еммануелю Макрону об'єднати поміркованих виборців проти крайнощів лівого та правого популізму. Під час президентських виборів у США у 2020 році міф про "боротьбу за душу Америки" сприяв рекордній електоральній мобілізації та перемозі Джо Байдена над правим популізмом Дональда Трампа.

Тож виборчий процес і похідні від нього суспільні практики завжди включають елементи міфологізації, які відображають боротьбу різних політичних сил та альтернатив, апелюють до цінностей та емоцій виборців. Повністю уникнути міфів у виборчому дискурсі неможливо, адже вони є невід'ємною частиною людського мислення та комунікації. Проте завдання демократичного суспільства – це зробити ці міфи предметом критичної рефлексії та раціональної дискусії, забезпечити плюралізм міфів та їх конкуренцію, обмежити деструктивний вплив маніпулятивної міфологізації.

Для цього необхідно розвивати інститути громадянського суспільства, забезпечувати прозорість та підзвітність виборчого процесу, посилювати

медіаграмотність та критичне мислення громадян. Важливо, щоб виборчі міфи не підміняли раціональну дискусію про суспільно значущі проблеми та альтернативи, не використовувалися для дискредитації опонентів та обмеження конкуренції. Вибори мають залишатися механізмом вільного та усвідомленого волевиявлення громадян, а не маніпулятивного нав'язування певних міфів.

Отже, дослідження виборів як соціального інституту та похідних від нього суспільних практик є надзвичайно важливим для розуміння процесів міфологізації сучасного суспільства. Виборчі кампанії стають майданчиком для інтенсивного продукування та циркуляції різноманітних міфів, які відображають цінності, страхи, сподівання різних соціальних груп та політичних сил. Ці міфи не лише легітимізують певний політичний вибір, але й формують більш широкі уявлення про суспільство, владу, ідентичність. Вони можуть мати як конструктивний, так і деструктивний вплив на функціонування демократичних інститутів та практик.

Завдання відповідального суспільства – це зробити виборчі міфи предметом критичної рефлексії та раціональної дискусії, забезпечити їх плюралізм та конкуренцію, обмежити маніпулятивну міфологізацію. Це вимагає розвитку інститутів громадянського суспільства, прозорості та підзвітності виборчого процесу, медіаграмотності та критичного мислення громадян. Лише за таких умов вибори зможуть повною мірою виконувати свою функцію вільного та усвідомленого волевиявлення та формування демократичної політики.

ВИСНОВКИ ДО ТРЕТЬОГО РОЗДІЛУ

Міфологізація соціальних інститутів та практик є актуальною та багатоаспектною проблемою сучасного суспільства, зумовленою процесами глобалізації, розвитком інформаційних технологій та поширенням соціальних мереж. Ці процеси сприяють швидкому поширенню міфів та їх впливу на масову свідомість. Міфологізація пронизує різні сфери суспільного життя - від політики та економіки до культури та побуту. Дослідження цих процесів

дозволяє краще зрозуміти сутність сучасного суспільства та розробити ефективні стратегії його розвитку.

Характер та масштаби міфологізації залежать від типу суспільства: у традиційних суспільствах вона має переважно стихійний, сакральний характер, у тоталітарних - цілеспрямований, ідеологічний, у ліберальних - більш плюралістичний та конкурентний. Традиційні міфи відображають колективні вірування та ритуали, забезпечуючи єдність та стабільність. Тоталітарні режими використовують міфи як інструмент маніпуляції та тотального контролю. У ліберальних демократіях міфи мають більш розмаїтий та конкурентний характер.

Держава, політика та влада відіграють ключову роль у процесах міфологізації, використовуючи міфи для легітимації влади, мобілізації мас, формування образу ворога тощо. Політичні еліти створюють та поширюють міфи про "особливу місію" держави, її лідерів, загрози з боку "ворогів". Міфологізація політичної сфери може призводити до спотворення реальності та блокування конструктивного діалогу.

Сучасний тоталітаризм активно спирається на міфологізацію для створення ілюзорної картини реальності, культу особистості лідера, обґрунтування репресій та обмежень свобод. Тоталітарні режими формують квазірелігійні культури, міфи про ворогів, світле майбутнє, сакралізуючи владу та партію. Вони використовують пропаганду та цензуру для нав'язування своїх міфів населенню.

У ліберальних суспільствах міфологізація має більш аморфний, розмитий характер, але при цьому стає ефективним інструментом маніпуляції свідомістю через експлуатацію демократичних цінностей та ЗМІ. Міфологія апелює до понять свободи, рівності, успіху, приховуючи реальні проблеми та суперечності. ЗМІ активно використовують міфи для впливу на масову свідомість та формування споживчої поведінки.

Реклама як соціальний інститут відіграє важливу роль у міфологізації, транслуючи ідеалізовані образи щастя, успіху, краси та стимулюючи споживчу

поведінку. Комерційна реклама експлуатує архетипічні сюжети про молодість, здоров'я, свободу, щоб просувати товари та послуги. Політична реклама використовує міфи про героїв, ворогів, стабільність для легітимації політичних сил.

Вибори є майданчиком для інтенсивного продукування та зіткнення різноманітних політичних міфів, які можуть як легітимізувати демократичний вибір, так і деструктивно впливати на функціонування політичних інститутів. Під час виборчих кампаній активно експлуатуються міфи про рятівників, золоте минуле, світле майбутнє. Ці міфи можуть мобілізувати виборців, але також можуть виправдовувати авторитарні тенденції та обмеження свобод.

Завданням сучасного суспільства є критичне осмислення процесів міфологізації, розвиток медіаграмотності та раціонального дискурсу для обмеження деструктивного впливу міфів та забезпечення сталого розвитку соціальних інститутів і практик. Необхідно створювати умови для критичної рефлексії міфів, плюралізму думок, діалогу між різними соціальними групами. Важливо підвищувати медіаграмотність громадян, їх здатність критично сприймати інформацію та протистояти маніпуляціям.

ВИСНОВКИ

Перший розділ представленої дослідження має описовий характер і спрямований на визначення основних термінів, що використовуються в дослідженні. Це міф, міфологізація, соціальний міф, також розділ присвячений методології дослідження.

В результаті проведеного аналізу встановлено, що міф – це складне та багатогранне явище, яке можна розглядати з різних точок зору, залежно від контексту та цілей дослідження. Він може бути інтерпретований як сон, реальність, хибне знання, божественне одкровення, простір для уяви, інструмент влади, історична пам'ять чи ключ до майбутнього.

Видатні мислителі, такі як Фрідріх Ніцше, Анрі Бергсон, Ернст Кассілер та інші, глибоко вивчали роль і значення міфу в суспільному житті та культурі. Вони досліджували взаємозв'язок між міфом і ритуалом, підкреслюючи їхню нероздільність. Особливу увагу вони приділяли специфіці міфологічного мислення, яке характеризується злиттям реального та ідеального, предмета та образу, причини та наслідку.

Соціальна міфологія має спільні, але водночас і відмінні риси порівняно з архаїчною. З одного боку, вона теж виконує функцію структурування та впорядкування людського існування, культивує своє бачення світу, цінності та ідеали. З іншого боку, соціальна міфологія формується на основі ширшого практичного досвіду, освячує питання влади й підпорядкування, залежності й свободи, орієнтована на сьогодення й майбутнє.

Міф можна охарактеризувати як символічну оповідь, що відображає світогляд, цінності та потреби певної людської спільноти. Він слугує для інтерпретації та осмислення навколишнього світу, а також виконує важливі соціальні функції: інтеграцію суспільства, легітимацію соціальних інститутів, психологічну компенсацію. Міф будується за особливими законами міфотворчості, відмінними від раціональної логіки, оперує символами, метафорами та архетипами.

Міфологізацію можна трактувати як процес творення особливої міфологічної реальності з метою підміни об'єктивної дійсності задля впливу на масову свідомість, маніпуляції суспільною та індивідуальною свідомістю. Вона може відбуватися спонтанно або цілеспрямовано, бути ефективною технологією управління великими масами людей з боку владних еліт. Міфологізація свідомості супроводжує людство впродовж усієї його історії, а одним з найбільш масштабних її проявів є політика та релігія.

У сучасних умовах основною одиницею реалізації процесу міфологізації постає соціальний міф. Його можна визначити як спонтанно або спеціально створений смисловий конструкт, що ґрунтується на актуальних у даний момент часу для певного соціуму або спільноти уявленнях та ідеалах. Соціальний міф слугує засобом регуляції суспільно-політичних відносин, формування масової свідомості та поведінки.

Міфологізація виступає як процес конструювання та поширення в суспільній свідомості особливої символічної реальності. Ця реальність базується на сукупності взаємопов'язаних міфів, легенд, стереотипів та архетипічних образів, які утворюють цілісну картину світу. Міфологічна реальність не просто підміняє об'єктивну дійсність, а задає певні моделі поведінки та інтерпретації подій і явищ, впливаючи таким чином не лише на свідомість, а й на практичну діяльність людей.

Другий розділ дослідження присвячений дослідженню інструментів та механізмів міфотворчості. Отже, міфотворчість – це процес створення, поширення та підтримки міфів, які пояснюють, легітимізують або надають сенс певним явищам, подіям, інститутам та цінностям у суспільстві. Вона відіграє важливу роль у формуванні суспільної свідомості та впливі на масову поведінку. Міфи можуть мати як конструктивну, так і деструктивну спрямованість у сучасному світі.

Основними інструментами міфотворчості є комунікативні, гносеологічні, психологічні, соціальні, культурологічні, політичні та ідеологічні. Комунікативні інструменти пов'язані з розвитком мас-медіа та соціальних

мереж, гносеологічні – з потребою людини в пізнанні, психологічні – з прагненням захисту від несприятливих факторів життя.

Міфотворчість ґрунтується на апеляції до емоційної та несвідомої сфери людської психіки, використанні культурних кодів, архетипів та символічних систем. Це дозволяє впливати на масову свідомість на підсвідомому рівні та формувати бажані уявлення та моделі поведінки.

Механізм творення соціальних міфів полягає в тому, що людина сприймає лише частину інформації про реальний світ, решта відсіюється. Відфільтрована інформація стає матеріалом для формування міфів відповідно до наявних у психіці людини схем і індивідуально значимих аспектів. В основі міфу лежить певний концепт (поняття або ситуація), який міфотворці наповнюють новим змістом, зберігаючи початкові асоціації, але деформуючи та спрощуючи їх. Це створює ілюзію природності міфологічної картини світу.

Для впровадження соціальних міфів у масову свідомість використовуються такі прийоми: викривлення інформації, приховування, маніпулювання способом та часом подачі, перевантаження інформацією. Це дозволяє цілеспрямовано конструювати бажану картину реальності.

У соціокультурній реальності міф існує як специфічний текст (з сюжетами та персонажами), як феномен свідомості (спосіб мислення) та як соціальні практики. Використовуючи соціальні інститути, організації та установи, він впливає на систему суспільних відносин, намагаючись змінити її в обраному напрямку.

Потужним чинником соціальної міфотворчості в масовому суспільстві є засоби масової інформації, діяльність яких пов'язана з міфологізацією свідомості через створення цілісної віртуально-міфологічної картини світу.

Вплив соціальної міфології на життєдіяльність людини і суспільства підвищується або нівелюється в залежності від цінностей, очікувань, мрій притаманних більшості людей. Тобто, створення бажаних образів соціальної реальності враховує очікування широких мас. Соціальна міфологія є психологічною зброєю, елементом ідеологічних концепцій і методом впливу на

свідомість. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема соціальних мереж та месенджерів, надає безпрецедентні можливості для швидкого та масштабного розповсюдження міфів серед широкої аудиторії. Це значно підвищує ефективність міфотворчості як інструменту впливу на суспільну свідомість.

У третьому розділі дослідження ми розглядали процес міфологізації соціальних інститутів та практик у сучасному суспільстві. Міфологізація соціальних інститутів та практик є актуальною та багатоаспектною проблемою сучасного суспільства, зумовленою процесами глобалізації, розвитком інформаційних технологій та поширенням соціальних мереж. Ці процеси сприяють швидкому поширенню міфів та їх впливу на масову свідомість. Міфологізація пронизує різні сфери суспільного життя: від політики та економіки до культури та побуту. Дослідження цих процесів дозволяє краще зрозуміти сутність сучасного суспільства та розробити ефективні стратегії його розвитку.

Характер та масштаби міфологізації залежать від типу суспільства: у традиційних суспільствах вона має переважно стихійний, сакральний характер, у тоталітарних – цілеспрямований, ідеологічний, у ліберальних - більш плюралістичний та конкурентний. Традиційні міфи відображають колективні вірування та ритуали, забезпечуючи єдність та стабільність. Тоталітарні режими використовують міфи як інструмент маніпуляції та тотального контролю. У ліберальних демократіях міфи мають більш розмаїтий та конкурентний характер.

Держава, політика та влада відіграють ключову роль у процесах міфологізації, використовуючи міфи для легітимації влади, мобілізації мас, формування образу ворога тощо. Політичні еліти створюють та поширюють міфи про "особливу місію" держави, її лідерів, загрози з боку "ворогів". Міфологізація політичної сфери може призводити до спотворення реальності та блокування конструктивного діалогу.

Сучасний тоталітаризм активно спирається на міфологізацію для створення ілюзорної картини реальності, культу особистості лідера, обґрунтування репресій та обмежень свобод. Тоталітарні режими формують квазірелігійні культури, міфи про ворогів, світле майбутнє, сакралізуючи владу та партію. Вони використовують пропаганду та цензуру для нав'язування своїх міфів населенню.

У ліберальних суспільствах міфологізація має більш аморфний, розмитий характер, але при цьому стає ефективним інструментом маніпуляції свідомістю через експлуатацію демократичних цінностей та ЗМІ. Міфологія апелює до понять свободи, рівності, успіху, приховуючи реальні проблеми та суперечності. ЗМІ активно використовують міфи для впливу на масову свідомість та формування споживчої поведінки.

Реклама як соціальний інститут відіграє важливу роль у міфологізації, транслуючи ідеалізовані образи щастя, успіху, краси та стимулюючи споживчу поведінку. Комерційна реклама експлуатує архетипічні сюжети про молодість, здоров'я, свободу, щоб просувати товари та послуги. Політична реклама використовує міфи про героїв, ворогів, стабільність для легітимації політичних сил.

Вибори є майданчиком для інтенсивного продукування та зіткнення різноманітних політичних міфів, які можуть як легітимізувати демократичний вибір, так і деструктивно впливати на функціонування політичних інститутів. Під час виборчих кампаній активно експлуатуються міфи про рятівників, золоте минуле, світле майбутнє. Ці міфи можуть мобілізувати виборців, але також можуть виправдовувати авторитарні тенденції та обмеження свобод.

Завданням сучасного суспільства є критичне осмислення процесів міфологізації, розвиток медіаграмотності та раціонального дискурсу для обмеження деструктивного впливу міфів та забезпечення сталого розвитку соціальних інститутів і практик.

Отже проведене дослідження розкриває складний і багатоаспектний характер процесів міфологізації соціальних інститутів та практик у сучасному

суспільстві. Ці процеси зумовлені глобалізацією, розвитком інформаційних технологій і соціальних мереж, які сприяють швидкому поширенню міфів та їхньому впливу на масову свідомість. Характер міфологізації залежить від типу суспільства: у тоталітаризмі вона є цілеспрямованою та використовується для контролю, у ліберальних демократіях - більш плюралістичною. Держава, політика, влада та реклама активно залучають міфи для легітимації, маніпуляції та мобілізації мас. Завданням сучасного суспільства є критичне осмислення міфів, розвиток медіаграмотності та раціонального дискурсу для протидії їхньому деструктивному впливу на соціальні інститути та практики.

Список використаних джерел і літератури

1. Abraham, K.(1909). *Dreams and Myths : A study in folk-Psychology*. In Hilda, C., Abraham, M.D.(Ed) (1955). *Clinical Papers and Essays on Psycho-Analysis*. London : The Hogarth Press and the Institute of Psychoanalysis.
2. Menzhulin, V. (2021). Зигмунд Фрейд і Карл Юнг про міфи та архетипи колективного несвідомого: неусвідомлена схожість. *Наукові записки НаУКМА. Філософія та релігієзнавство*, 8, 25–37. <https://doi.org/10.18523/2617-1678.2021.8.25-37>
3. Арістова А. В. Соціальний інститут // Велика українська енциклопедія. URL: [https://vue.gov.ua/Соціальний інститут](https://vue.gov.ua/Соціальний_інститут) (дата звернення: 10.04.2024).
4. Батаєва Е.В. Міф у релігії: проблема співвідношення міфічного виразу та релігійно-християнського змісту. Дис. канд. філос. наук. – Харків., 1997. – 240 с.
5. Bergson H., *Les deux sources de la morale et de la religion*, F. Alcan, Paris, 1932 (346 pp.)
6. Timothy Snyder, *The Road to Unfreedom. Russia, Europe, America*, New York: Tim Duggan Books, 2018, 359 p.
7. Rudolf Bultmann, *New Testament and Mythology: The Mythological Element in the Message of the New Testament and the Problem of Its Re-Interpretation*, in Evans (a cura di), *The Historical Jesus: Critical Concepts in Religious Studies. Volume I: The History of the Quest: Classical Studies and Critical Questions*, London, Routledge, 2004, pp. 323–358
8. Русина О.Л. Телебачення як міфотворчість (Частина 1) //Вісник КНУ. Філософія. Політологія. - 2006. - №76-79. - С.34-37; 89-91.
9. Weimann, Robert, *Literaturgeschichte und Mythologie. Methodologische und historische Studien*. Berlin, Weimar 1972
- 10.Гнатюк В. Нарис української міфології / Р.Кирчів (підгот. та опрацюв. тексту, вступ. ст. і примітки); О.Кульчицька (іл.) – Л.: Інститут народознавства НАН України, 2000. – 264 с.

11. Гончарова І.М. Проблема міфологічного символізму в контексті культури. Дис. канд. філос. наук.. – К., 1998. – 193с.
12. Animals: fact and folklore, *New Mexico Magazine*, August 2008, pp. 56-63
13. Sheppard, Odell (1930). *The Lore of the Unicorn — Myths and Legends*. London: Random House UK.
14. Дюркгайм Еміль. Первісні форми релігійного життя: Тотемна система в Австралії. – К.: Юніверс, 2002. — 423 с.
15. Viola Nordsieck: *Formen der Wirklichkeit und der Erfahrung. Henri Bergson, Ernst Cassirer und Alfred North Whitehead*. Karl Alber Verlag, München/Freiburg i. B. 2015.
16. Richard von Kummel: *Der Begriff des 'Symbols' in der Philosophie Ernst Cassirers*, Diss. Bonn 1953
17. Кемпбел Дж. Герой із тисячею облич. Київ: Альтернативи, 1999. 392 с.
18. Кирилюк Ф.М. Філософія політичної ідеології: Навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 520 с.
19. Шлегель Ф. Промова про мітологію. В кн.: Мислителі німецького романтизму. Івано-Франківськ, 2003
20. Segal, Robert A., 'Myth and philosophy', *Myth: A Very Short Introduction*, 1st edn, Very Short Introductions (Oxford, 2004; online edn, Oxford Academic, 24 Sept. 2013)
21. Кравченко П. Інтегративність ідеології і соціальні конфлікти сучасного українського соціуму // Філософські обрії. – 2004. – № 11. – С. 65-79.
22. Кульчицький С. В. Тоталітаризм // Велика українська енциклопедія. URL: <https://vue.gov.ua/Тоталітаризм> (дата звернення: 11.04.2024).
23. Куц Г. М. Лібералізм // Велика українська енциклопедія. URL: <https://vue.gov.ua/Лібералізм> (дата звернення: 11.04.2024).
24. L. Levy-Bruhl, *Le surnaturel et la nature dans la mentalité primitive*, T édit. Paris, Alcan, 1931. In-80, XL-526 pp
25. Lévi-Strauss, Claude (2005), *Myth and Meaning*, First published 1978 by Routledge & Kegan Paul, U.K, Taylor & Francis Group

26. Леви-Строс К. Первісне мислення. – К.: Основи, 2000. – 396с.
27. Леви-Строс К. Структурна антропологія. – К.: Основи, 2000. – 387с.
28. Лютко, Н. В. (2014). Міфологізація політичної реклами. Наукові праці. Політологія, 228(216).
29. Bronislaw Malinowski, "Magic, Science, and Religion and Other Essays", Glencoe, Illinois: The Free Press, 1948.
30. Козовик, І. Я., Пономарів, О. Д.. *Словник античної міфології* — К.: Наукова думка, 1985. — 236 с.
31. Мор Т., Кампанелла Т. Утопія. Місто Сонця. перекл. з лат.; вступ. Слово Й. Кобова, Ю. Цимбалюка. Київ : Дніпро, 1988. 114 с.
32. Zaehner R. C. *Mysticism, Sacred and Profane: An Inquiry into Some Varieties of Praeter-Natural Experience* / R. C. Zaehner. – Oxford: Clarendon Press, 1957. – 258 p.
33. Ніва Ж. Народження та смерть національних міфів // Дух і Літера. – К., 1998. – № 3-4. – С. 45-56
34. Новіков Б.В. Творчість як спосіб здійснення гуманізму. Монографія. Київ: ПАРАПАН, 2005. 332 с.
35. Ortega y Gasset, Jose (1929-2012). *La rebelión de las masas*. Barcelona: Espasa Libros S. L. U. colección Austral (nº: 336).
36. Armstrong, Karen (2010). *A Short History of Myth (Myths series)*. Knopf Canada.
37. Slattery, Dennis Patrick (2015). *Bridge Work: Essays on Mythology, Literature and Psychology*. Carpinteria: Mandorla Books.
38. Поліщук О.С. Вплив соціальних інтернет-мереж на формування «Я» / Актуальні проблеми філософії та соціології. 2017. Вип. 16. С. 93-96.
39. Потебня А.А. Слово та міф., 1989. – 623с.
40. Почепцов Г.Г. Іміджелогія., Київ : Ваклер, 2000. 768с.
41. Почепцов І. Сучасні інформаційні війни / І. Почепцов. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2015. – 497 с.
42. Helga Mebus (2005), *A fairy tale's structure*, Munich, GRIN Verlag.

- 43.Словник античної міфології / Уклад. І.Я. Козовик, О.Д. Пономарів; всуп. стаття А.О. Білецького; відп. ред. А.О. Білецький. – 2-е вид. – К.: Наук. думка, 1989. – 240 с.
- 44.*Bascom, William Russell (1965). The Forms of Folklore: Prose Narratives. University of California.*
- 45.Суріна Г.Ю. Міфологізація буденної політичної свідомості в українському соціумі. Актуальні проблеми філософії та соціології. 2015. Вип.3. С. 155-160.
- 46.*Armstrong, Karen (2010). A Short History of Myth (Myths series). Knopf Canada.*
- 47.*Alvin Toffler (1980), The Third Wave, Bantam Books.*
- 48.*Trencsényi-Waldapfel I., Mitológia, Gondolat, Budapest, 1968.*
- 49.*Frazer, Sir James George (1913). The Golden Bough: A Study in Magic and Religion. Macmillan and Company, limited.*
- 50.Фромм, Е. Втеча від свободи. Харків: Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2020. 288 с.
- 51.Чорноус, А. В. (2013). Особливості творення політичного міфу під час виборів. Гілея: науковий вісник, (76), 250-254.
- 52.*Schiller HI. The Mind Managers [by] Herbert I. Schiller. Beacon Press; 1973.*
- 53.*Strauss, David Friedrich. The Life of Jesus, Critically Examined. Translated by Marian Evans, Edward Chapman and William Hall, London, 1846, Print. Publisher.*
- 54.*Eliade, Mircea (1960). Myths, dreams, and mysteries: the encounter between contemporary faiths and archaic realities. Translated by Mairet, Philip. Harvill Press.*
- 55.*Jaspers, Karl (1976). The Origin and Goal of History. Westport, Conn.: Routledge.*
- 56.Ящук Т.І. Філософія історії. Курс лекцій: Навч. посібник для студ. вищих навч. закл. — К. : Либідь, 2004. — 536с.
- 57.*Barthes R. Mythen des Alltags. – Frankfurt a. M., 1964. – 232 p.*

58. Biletskyi, Vitalii, et al. Implementation of the myth of the cultural hero in the social and political reality of Ukraine. *Amazonia Investiga*, 2023, 12.68: 52-66.
59. Botaş, Adina. Myths and mythology in presidential discourse. *Annales Universitatis Apulensis. Series Philologica*, 2020, 21.2: 228-234.
60. Cassirer E. *Symbol. Myth. Culthere. Essays and lectures 1935-1945*. Yale Unit. Press, 1979. – p.60
61. De Cock, C. J. L.; Fitchett, James A.; Farr, Matthew. Myths of a near future: Advertising the new economy. *ephemera theory & politics in organization*, 2001, 1.3: 201-228.
62. Fujisaki, Ichiro. "The Trump Administration—Four Myths—." *Asia-Pacific Review* 24.2 (2017): 37-43.
63. Koch-Kozhuharova, Daniela; Ishpekova-Bratanova, Kalina. The Language of Populism: Donald Trump and Nicolas Maduro. *Godishnik na UNSS*, 2019, 1: 99-122.
64. Macoviciuc, Vasile. Philosophy, Advertising Myths and Management. *Revista de Management Comparat Internațional*, 2009, 10.S1: 448-453.
65. Montezemolo, Susanna. Saint or Sinner-The Construction of the Hillary Rodham Clinton Myth, 1992-1996. 1997.
66. Moraru, Mădălina. Archetypes and myths: The hidden power of advertising storytelling. In: *Not Ever Absent: Storytelling in Arts, Culture and Identity Formation*. Brill, 2015. p. 195-203.
67. Moscovici, S. (1985). *The Age of the Crowd: A Historical Treatise on Mass Psychology*. (J. C. Whitehouse, Trans.). Cambridge University Press. 408p.
68. Rose, Jonathan. Government advertising and the creation of national myths: The Canadian case. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 2003, 8.2: 153-165.
69. Soffer, Dalya. The use of collective memory in the populist messaging of Marine Le Pen. *Journal of European Studies*, 2022, 52.1: 69-78.
70. Woods, E. T., Fortier-Chouinard, A., Clozen, M., Ouellet, C., & Schertzer, R. (2024). The Battle for the Soul of the Nation: Nationalist Polarization in the

2020 American Presidential Election and the Threat to Democracy. *Political Communication*, 41(2), 173-198.

71. Yatsunska, Olena. Image myths in the 2004 Ukrainian presidential election campaign. *Canadian Slavonic Papers*, 2005, 47.3-4: 333-360.