

УДК 130.123.4:7.046

СОЦИАЛЬНЫЕ МИФЫ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА: ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

И.А. КАИРОВА

(Донской государственный технический университет)

Обобщены результаты исследования социальной мифологии современного российского общества. Приведена типология социальных мифов, рассмотрены актуальные функции современной социальной мифологии. Дан анализ соотношения современной социальной мифологии и идеологии.

Ключевые слова: *современные социальные мифы, идеология, трансформация современного российского общества, типология социальных мифов, функции социальных мифов.*

Введение. Актуальность обращения к проблематике социального мифа обусловлена целым рядом причин, прежде всего, теми изменениями, которые происходят на рубеже XX-XXI вв. в социокультурном пространстве современного российского общества. Переход от индустриального общества к постиндустриальному сопровождается глубинной перестройкой основ общественной жизни. В российских условиях острота кризиса усиливается сложностями перехода от одной идеологии к другой, поиском новых жизненных ориентиров и способов существования, поскольку разрушение прежней системы ценностей порождает своего рода эффект «безопасности», кризис идентичности общества и отдельного человека. В этой ситуации для значительного количества людей именно миф оказывается способным компенсировать недостаток позитивной, адекватной информации, стать средством их социального ориентирования и адаптации.

Ремифологизация, возвращение власти мифа в модернизированном виде, распространенность неомифологий, актуализация мифологического сознания в рамках массовой культуры, в рекламе, политике, образовании делают анализ социальных мифов важной научной задачей. Помимо этого, анализ современных социальных мифов необходим и в плане поиска путей преодоления кризиса идентичности российского социума, обеспечения возможности эффективной коммуникации разнородных парадигм опыта отдельных социальных общностей, обеспечения возможности взаимопонимания и толерантности в социокультурном пространстве.

В современном философском дискурсе понятия «социальный миф», «социальная мифология» – одни из наиболее часто используемых, научная литература, посвященная проблематике социального мифа, обширна и разнообразна. В данной статье автор ставит цель выявить и рассмотреть основные направления и результаты исследования социальных мифов современного российского общества в течение двух последних десятилетий.

Сущность функций и роль социальных мифов в современном российском обществе. На протяжении всего XX века исследования современных мифов велись преимущественно за рубежом. Хотя традиция изучения мифа в нашей стране не прерывалась, внимание отечественных исследователей (А. Лосев, М. Бахтин, Б. Поршнева, В. Пропп, Е. Мелетинский и др.) было сосредоточено, главным образом, на анализе классической мифологии, архаических мифов, процесса мифотворчества, выявлении особенностей мифосознания как специфической формы освоения и конструирования социальной реальности на ранних этапах исторического развития человеческого общества. Работы, посвященные современным социальным мифам, были в основном, выполнены в рамках марксистской научной парадигмы и рассматривались исключительно в контексте социальных противоречий буржуазного общества и критики буржуазной идеологии [1].

Важным поворотным моментом для отечественных гуманитариев стало признание мифа неотъемлемым элементом современной социальной реальности и исследование его в качестве универсального основания культуры и общества. Российские философы, социологи, политологи, историки, лингвисты в 90-е гг. XX в., в начале 2000-х гг. приступили к активной разработке раз-

личных аспектов социальной мифологии. В качестве методологического инструментария осваивались теории социального мифа зарубежных исследователей (Ж. Сорель, Э. Кассирер, Р. Барт, Ф. Ницше, З. Фрейд, Г. Лебон. К. Хюбнер, В. Вундт и др.), что актуализировало научное наследие российских и советских исследователей социального мифа.

За последние два десятилетия был создан значительный корпус научной литературы, посвященной выявлению и анализу мифологических пластов и элементов в различных сферах современного российского общества. Это позволило ученым на основе собранного эмпирического материала попытаться классифицировать их на тех или иных основаниях, определить сущность, особенности, место и роль современных социальных мифов в жизни российского социума.

Важным результатом исследовательской работы было выявление сущности и специфики современных российских мифов. Как и в случае с большинством других элементов понятийного ряда, в социальной философии понятие «социальный миф» наделено значительным количеством трактовок, смыслов и интерпретаций. Понятие «социальный миф» по своему применению варьирует от использования в качестве синонима мифологема до соотнесения с мировоззренческими системами, охватывающими целиком отдельные области менталитета, совокупности культурных феноменов и большие группы явлений материального мира.

Одним из главных методологических подходов является определение сущности современного социального мифа через выявление его особенностей по отношению к классическому архаическому мифу [2-7]. Среди основных особенностей социальных мифов исследователи выделяют их искусственный характер в отличие от стихийно формировавшихся архаических мифов, целенаправленное конструирование социальных мифов в политических или коммерческих интересах определенных социальных групп [8 и др.]. А.Л. Топорков в качестве специфики современных социальных мифов указывает на отсутствие единой системы мифологических взглядов, взаимодействие альтернативных мифологий, связь мифогенеза и бытия мифа с отдельными социальными группами и временными периодами, разнообразие источников, служащих основой для процесса мифотворчества. Выделяются различия, в которых заключена глубинная суть современных социальных мифов: в характере происхождения и в способах их трансляции с помощью современных средств массовой коммуникации [2].

Принципиальное отличие современной социальной мифологии по мнению С.В. Тихоновой, заключается в акцидентальном характере сакрального статуса современного мифа, новых технологиях мифотворчества и второстепенном значении по отношению к другим формам общественного сознания [3]. Кроме того, мифы современного общества не подвластны никакой системе (в отличие от мифов архаических). Это скорее набор разрозненных мифов и мифологем, которые могут быть частью идеологий, мировоззрений и могут быть полностью самостоятельными явлениями.

По мнению А.В.Кольева, основное различие между архаическим и современным мифом состоит в том, что «архаическая мифология представляет собой по преимуществу космологическую модель, политическая мифология — социальную модель» [5]. С.И.Белюсова определяет социальный миф как миф, «отвечающий на вопросы об обществе». В этом качестве он рассматривается как тесно связанный со стереотипами восприятия и наделяется следующими характеристиками: «примитивная однозначность структур; укорененность в инстинктивных срезах бессознательного, увязанность и привычными витальными потребностями, и узкими жизненными интересами, непосредственными социальными ориентациями и установками, привязанность к жизненному опыту в его одностороннем понимании, регламентированный объем социальных знаний, пронизанность социальными чувствами и эмоциями, которыми можно легко манипулировать, регламентированный уровень социальных ожиданий» [9].

Вместе с тем, некоторые исследователи полагают, что различия современных и архаических мифов относительны. События, описанные в архаическом мифах, вполне могли происходить в реальности, а в последствии просто были мифологизированы. Современные мифы могут ис-

пользовать архаические ритуалы, обязательные для исполнения, что стирает грань между архаическими и современными мифами. Целенаправленно конструируемая мифология, как правило, на каком-то этапе отделяется от своего создателя и, инкорпорируясь в культуру, продолжает свое существование, охватывая несколько поколений, в результате чего успевает стать частью традиции. А.В. Ставицкий, в частности, отмечает, что, возможно «вся разница между мифом «архаичным» и мифом «современным» заключается лишь в том, что первый – уже отжил свое, «умер» и воспринимается исключительно как миф, т.е. вымысел, фикция, заблуждение, обман. Второй же миф – живой, прочувствованный, переживаемый, творимый, действующий. Он полностью отождествляется с реальностью, наделяя ее высшим смыслом, и потому людьми, верящими в него, мифом называться не может. Пока он живет, он носит иное название: мечты, ценности, заветы, идеалы, национальные идеи, глобальные проекты» [10].

Данная точка зрения в целом совпадает с позицией тех исследователей, которые пытаются проанализировать современные социальные мифы через определение места мифа в системе ценностных координат XX в., причем миф понимается как «универсальный способ раскрытия основных проблем и противоречий современности» [11]. В русле данного подхода Н.И. Соболева определяет социальный миф «как систему онтологизированных семиотических ценностей, которые актуальны в данной конкретной социокультурной общности» [12]. Подчеркивая универсальный характер мифа, современные исследователи отмечают, что миф не может устареть, меняя формы, содержание, способы распространения, он остается неотъемлемой частью любой культуры [13].

Однако довольно большая группа исследователей отрицательно оценивает роль социальных мифов в жизни современного российского общества, поскольку мифы, акцентируя внимание больших групп населения на традиционных ценностях и социальных ориентирах, в ситуации социального кризиса препятствуют изменениям массового сознания. Мифы, представляя собой феномен индивидуального или массового сознания, связанный с дефицитом информации и ощущением собственной социальной обделенности, консервируют социальные установки и мешают развитию общества [9, 11 и др.].

Вместе с тем, в некоторых работах российских исследователей абсолютизируется значение социального мифа в качестве механизма функционирования культуры. При таком подходе миф фактически включает в себя все содержание культуры [8]. Понимание мифа как базовой установки мировосприятия приводит к преувеличению роли мифологического компонента во всех сферах общественного и индивидуального сознания. По мнению С.В. Рязановой, это противоречие может быть разрешено путем более строгого определения соотношения понятий «миф» и «социальный миф», вне зависимости от хронологических рамок и локальных вариантов. Определение метафизического содержания указанных категорий должно послужить определению связи между социальной мифологией и другими формами общественного сознания [14].

Пока отечественные исследователи сосредоточены, главным образом, на анализе связи между идеологией и социальной мифологией, что является продолжением исследовательской традиции западных философов [5, 6, 15, 16]. Такой интерес к мифологическим конструктам в сфере политического сознания связан с тем, что в XX веке наряду с естественными проявлениями мифотворчества складываются условия, способствующие возникновению и распространению особого типа мифов, свойственных сознанию информационного общества. Этими условиями являются глобальная массовизация, переход к новому типу общества, имеющему стандартизированные потребности и способы их удовлетворения, постоянно адаптирующемуся к стремительным изменениям во всех сферах социальной деятельности; господствующее положение средств массовой информации в формировании образа окружающей социальной действительности; расширение визуального компонента восприятия мира, активизация образного мышления, связанные с всё возрастающими возможностями мультимедийных технологий [15].

Современные социальные мифы, с одной стороны, помогают сориентироваться в условиях многочисленных экономических, политических, культурных изменений на фоне обилия, многока-

нальности, одновременности и разнородности информации, формирующей мозаичный образ действительности, с другой, они выступают своеобразным компенсаторным средством в ситуациях духовного дискомфорта личности [15].

Уделяя значительное внимание выявлению специфики и роли социальных мифов в современной России, исследователи предприняли ряд попыток выделить на основе тех или иных критериев определенные типы современных мифов [2, 6, 7, 17-19 и др.]. Достаточно широкое распространение в научной литературе получила типология, предложенная А.Л. Топорковым, который классифицирует современные мифы в зависимости от их бытования в различных областях общественной жизни: политические и общественные мифы, целенаправленно конструируемые элитами; мифы этнической и религиозной самоидентификации; мифы, связанные с внерелигиозными верованиями; в-четвертых, мифы массовой культуры [2].

Детальная разработка типологии современных российских мифов на основе нескольких критериев дана в диссертационном исследовании О.В. Ляшенко, выделяются критерии в зависимости: от сферы действия (экономические, политические, социальные и этнические мифы); от субъекта – носителя (индивидуальные, групповые и массовые); от масштаба распространения (глобальные, международные, межгосударственные и региональные). Социально-политические мифы подразделяются на прогностические (о «светлом» будущем или прошлом) и объясняющие (мифы о происхождении общества, культуры и т.д.). [17, 18]. Свою типологию российских социально-политических мифов на основе результатов воздействия политического мифа на общество (формирующий здоровую, ложную или чужую идентичность) и в зависимости от принадлежности той или иной социальной группе предложил А.Н. Кольев [5].

Интерес представляет типология социальных мифов, разработанная А.Ульяновским как основание для создания брендов в сфере маркетинга –разновидности социального потребностного мифа. Выделяются непроявленные, явные и проявляющиеся мифы. Непроявленные мифы воспринимаются живущими в нем не как миф, а как единственно возможная реальность и не подвергаются критическому переосмыслению. «В самый момент проявления можно обнаружить, что непроявленные мифы содержат смыслы онтологии. Проявляющиеся же и явные мифы являются таковыми в гносеологическом смысле. Проявляющиеся и явные мифы бытуют как бренды» [20].

Для классификации социальных мифов используются также такие критерии, как: доверие к источнику мифа в канале-трансляторе, уровень жизнестойкости мифа, «воление воспроизводства», множественность ценностей живущего в мифе, место субъектов – инициаторов мифа в цикле его создания. На основе последнего критерия А.В. Ульяновский выделяет ценности элиты, которые задают нормативы продуктов, транслируемых средствами массовой информации. Мифы управленцев отражают ценностную систему, наделенных властью управленцев и, как правило, становятся основой корпоративной культуры. Мифы аудиторий (живущих в мифе) циркулируют в средствах массовой информации.

Еще один вариант типологии, предложенный автором, на основе критерия наличия стратегической силы мифа: во-первых, это лидирующий миф, являющийся основой культуры, мотивацией социального поведения людей и описывающий базовые нормы и представления данного общества; во-вторых, борющийся миф, который оспаривает лидирующий миф и предлагает собственный вариант понимания должного, в-третьих, маргинально-девиантный миф, являющийся исключением, подтверждающим правильность лидирующего мифа. И, наконец, глобальный миф, который является фундаментом здания мироустройства [20].

Возможность использования в коммерческой сфере мифотворческих практик, обладающих значительным суггестивным потенциалом, как технологии нейминга, подчеркнул С.Н. Зенкин. Суггестивные имена-символы, вульгаризированные попыткой массовой культуры возвести в ранг мифа продукцию современности, он называет «измельчавшими» мифами. «Типичным примером таких измельчавших мифов могут служить коммерческие бренды, названия которых по идее должны занимать в общественном сознании место, некогда принадлежавшее именам языческих

божеств и святых угодников, воплощать в себе источник некоей сакрально-благодетельной силы» [22].

Значительное внимание проблемам брендинговой мифологии отводится в своих работах С.В. Тихоновой. Основными мифологическими структурами общества потребления являются брендинговая мифология и мифологизация средств потребления. Брендинговая мифология предполагает конструирование мифопространства бренда, управляющего жизнью потребителей. Мифологическое пространство бренда задается как чудесное, метафизическое, футурологическое: категория чуда дистанцирует бренд от обыденности, метафизичность предполагает включение в свою структуру антропоцентричного проекта трансцендентно значимого бытия, мифологический проект бренда утопично устремлен в будущее. Средства потребления, обеспечивающие движение товаров или услуг к покупателям, являются основой материализации мифологии потребления, выступают механизмом трансформации людей в потребителей и обеспечивают создание, аккумуляцию и управление потребительскими потоками [4].

Следует отметить, что проблема социальных функций современных мифов – одна из самых обсуждаемых исследователями. Выявлен и рассмотрен широкий спектр функций мифов, присутствующих как у архаических, так и у современных социальных мифов, имеющих, таким образом, универсальный характер. Это социально-практическая, идеолого-прагматическая, мнемотическо-ориентировочная, познавательная (объяснительная, когнитивная, этиологическая), мировоззренческая, телеологическая (целевая), аксиологическая, социализующая, эстетическая, коммуникативная, функция интериоризации, сигнификативно-моделирующая, нормативная, праксеологическая, мобилизационная, медитативная и социально-компенсаторная функции [4, 19, 23].

При этом основное внимание авторы уделили наиболее существенным, актуализированным в транзитивном социуме, каковым является современное российское общество, функциям социальных мифов. Однако, если для одних исследователей таковыми являются стабилизирующая, интегративная, компенсаторная функции современных мифов (Ферсович В.В.), то другие (Зобов Р.А., Келасьев В.Н.) акцентируют внимание на двойственности, противоречивости функций мифа, подчеркивают, что в периоды кризисного развития общества могут проявиться его деструктивные (деформирующая и дестабилизирующая) функции.

В то же время современные социальные мифы выполняют функции, роль которых для общества сложно переоценить – функции адаптации и социализации, коммуникативная функция и др. [6, 24]. Коммуникативные аспекты процесса создания и трансляции и внедрения современных социальных мифов в массовое сознание в последние годы вызывают все больший исследовательский интерес, что объективно отражает место и значение этих процессов в жизни российского социума. При этом в центре внимания философов, социологов, политологов и журналистов находятся тесно взаимосвязанные между собой проблемы «миф как социальная коммуникация», «массовая коммуникация как миф», манипулятивный потенциал социальных и политических мифов, транслируемых средствами массовой коммуникации, новые информационно-коммуникационные технологии трансляции мифологических сообщений и др.

Ряд исследователей в качестве своей основной цели формулирует задачу анализа социальной мифологии через призму трансформационных процессов коммуникационного пространства современного общества [3, 25-30 и др.]. Так, С.В. Тихонова в своих работах рассматривает эволюцию социальных мифов через призму процессов коммуникационных революций, выявляет уровни мифокоммуникации, генерирующей единое мифопространство, поддерживающее мифонтологическую матрицу реальности, а также стратегии мифопроизводства, характерные для основных каналов массовой коммуникации, в том числе для сети Интернет.

Заключение. Подводя итоги краткого обзора основных направлений и результатов исследования социальных мифов современного российского общества, можно сделать следующие выводы. Российскими учеными проделана определенная работа, результатом которой явился значительный корпус научных публикаций. В них получили освещение такие аспекты рассматриваемой

проблемы как сущность, специфические особенности и универсальный характер современных социальных мифов, место и их роль в жизни российского социума, механизмы их конструирования и трансляции. В целом исследовательскую ситуацию вокруг проблемы социального мифа и социальной мифологии, скорее всего, следует определить как промежуточную. Предпринятый нами анализ выявил, что существующие разработки социального мифа и социальной мифологии еще не могут претендовать на исчерпывающий характер, поскольку при рассмотрении проблемы ориентируются на достаточно узкое пространство фактов и идей. Перед социальной философией, таким образом, стоит насущная задача продолжения исследования актуальной научной проблемы, формирования методологического инструментария, способного выявлять как сами коммуникативные механизмы современного мифотворчества, так и продуцируемые ими социальные изменения.

Библиографический список

1. Гуревич П.С. Социальная мифология / П.С. Гуревич. – М.: 1983. – 175 с.
2. Топорков А.Л. Мифы и мифология XX века: традиции и восприятие / А.Л. Топорков // Центр типологии и семиотики фольклора Российского государственного гуманитарного университета. [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: www.ruthenia.ru/folklore/toporkov1.htm. (дата обращения 01.09.2011).
3. Тихонова С.В. Социальная мифология в коммуникационном пространстве современного общества: дис. ... д-ра филос. наук. – Саратов, 2009. – 374 с.
4. Тихонова С.В. Социальная мифология в коммуникационном пространстве современного общества: Автореф. дис. ... докт. филос. наук. – Саратов, 2009.
5. Кольев А.В. Политическая мифология / А.В. Кольев // Официальный сайт Андрея Савельева. URL: <http://www.savelev.ru/books/content/?b=4> (дата обращения 10.09.10).
6. Зобов Р.А. Социальная мифология России и проблемы адаптации / Р.А. Зобов, В.Н. Келасьев // Большой психологический словарь. Статьи по психологии. [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.psychodic.ru/arc.php?page=405> (дата обращения 10.10.11).
7. Зобов Р.А. Социокультурный миф как основа генезиса других форм мифологии / Р.А. Зобов, В.Н. Келасьев // Учеб. матер. по психологии и психологические статьи. [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: http://www.psycharticles.ru/view_post.php?id=41118. (дата обращения 10.10.11).
8. Драгунский Д. Социокультурный аспект. Социальная мифология / Д. Драгунский // Клуб ростовских управленцев и предпринимателей. [Электрон. Ресурс]. – Режим доступа: <http://www.2015.ru/1234997> (дата обращения 10.10.11).
9. Белоусова С. Роль и место социальных мифов в процессе формирования обыденного сознания / С. Белоусова // Сев.-Кавказ. гос. техн. ун-т / Научные статьи. URL: <http://science.ncstu.ru/articles> (дата обращения 10.10.11).
10. Ставицкий А.В. Современный миф как социокультурный феномен / А.В. Ставицкий // Украина: русское пространство. [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://rusprostranstvo.com/?p=100> (дата обращения 10.10.11).
11. Денисов А. В. Миф в художественной системе музыкального театра XX века – к постановке проблемы / А.В. Денисов // Вестн. гуманитарной науки. – 2003. – №3(69). URL: <http://vestnik.rsuh.ru/article.html?id=55060> (дата обращения 10.10.11).
12. Соболева Н.И. Социальная мифология: социокультурный аспект / Н.И. Соболева // Федеральный образовательный портал ЭСМ. [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: ecsocman.edu.ru/data/994/912/1217/019_soboleva.pdf (дата обращения 10.10.11).
13. Миф и художественное сознание XX века: сб. ст. под ред. д-ра филос. наук Н.А. Хренова. – М.: Изд-во Гос. ин-та искусствознания, 2011. – 686 с.
14. Рязанова С.В. Социальный миф в пространстве гуманитарного знания: научный потенциал понятия / С.В. Рязанова // Религиоведение в Перми. Все о религии в Пермском крае. [Элек-

трон. ресурс]. – Режим доступа: <http://blog.religiopolis.org/kopilov/2010/> (дата обращения 10.10.11).

15. Балаболина Т.А. Современное мифотворчество: социально-философский анализ: дис. ... канд. филос. наук. – Хабаровск, 2005. – 124 с.

16. Шестов Н.И. Политический миф теперь и прежде / Н.И. Шестов; под ред. проф А.И. Демидова. – М.: ОЛМА*ПРЕСС, 2005. – 414 с.

17. Ляшенко О.В. Социально-политическое мифотворчество в контексте современной российской культуры: дис. ... канд. филос. наук. – Ставрополь, 2003. – 166 с.

18. Ляшенко О.В. Современные социально-политические мифы России и их влияние на массовое сознание / О.В. Ляшенко // Этнические проблемы современности. Вып.10. Матер. 49 науч.-метод. конф. «Университетская наука регионов». – Ставрополь, 2004.

19. Ферсович В.В. Использование мифов в интересах информационно-психологического воздействия / В.В. Ферсович // Исследовательский центр Аналитик. [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rc-analitik.ru/file/%7B78846371-1042-4d7e-80d9-874fc4be3b0c%7D> (дата обращения 10.10.11).

20. Ульяновский А.В. Социальный миф как бренд: монография в 2 т. Т.1. / А.В. Ульяновский. – СПб.: Роза Мира, 2003. – 234 с.

21. Ульяновский А.В. Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы / А.В. Ульяновский. – СПб.: Питер, 2005. – С.136.

22. Зенкин С.Н. Миф, имя, рассказ / С.Н. Зенкин // Поэтика мифа: Современные аспекты; отв. ред. С.Н. Зенкин. – М.: Рос. гос. гуманитар. ун-т, 2008. – 100 с.

23. Мишучков А.А. Специфика и функции мифологического сознания / А.А. Мишучков // Альманах «Восток» №7(19), июль 2004. [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: http://www.situation.ru/app/j_art_500.htm (дата обращения 10.10.11).

24. Шульга Н.В. Политические мифологемы в современном мире./Н.В.Шульга// Сайт кафедры «Связи с общественностью» ОмГУПС. [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.promgups.com/publisher/txt1/more.php?more=48> (дата обращения 10.10.11).

25. Баландина Е.А. Социальное мифотворчество в качестве средства манипуляции сознанием: философский подход: дис. ... канд. филос. наук. – Барнаул, 2006. – 186 с.

26. Баринов Д.С. Мифологизация социальных тревог в массовой коммуникации / Д.С. Баринов // Матер. ежегодной науч. конф. «Сорокинские чтения: Актуальные проблемы социологической науки и социальной практики». 17-18 декабря 2002 года //Электронная б-ка социологического ф-та МГУ им. М.В. Ломоносова. URL: <http://lib.socio.msu.ru/l/library?e>;

27. Баранова А.В. Массовая коммуникация как миф / А.В. Баранова // Без темы. – 2008. – №3-4(9). – С.61-69.

28. Васильев С.С. Механизмы и уровни внедрения мифа в массовое сознание: масс-медиа как инструмент социального мифотворчества / С.С. Васильев // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2009. – №2. Электронная версия научного журнала. URL: http://www.hist-edu.ru/hist/book2/2_2009/3_ru.php (дата обращения 28.06.2011).

29. Лукьянова Н.А. Динамика коммуникативной системы мифа: опыт применения информационно-синергетического подхода/Н.А.Лукьянова// Вестн. ТГПУ. Сер. «Гуманит. науки». – 2006. – Вып.7(58).– С.43-49;

30. Мифы этого мира; под ред. С.В. Тихоновой, С.Н. Коневец, М.А. Богатова. – М.: Издательский дом «Юность», 2008. – 225 с.

Материал поступил в редакцию 17.10.2011.

References

1. Gurevich P.S. Social`naya mifologiya / P.S. Gurevich. – M.: 1983. – 175 s. – In Russian.
2. Toporkov A.L. Mify` i mifologiya XX veka: tradicii i vospriyatie / A.L. Toporkov // Centr tipologii i semiotiki fol`klora Rossijskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta. [E`lektron. resurs]. – Rezhim dostupa: www.ruthenia.ru/folklore/toporkov1.htm. (data obrashheniya 01.09.2011). – In Russian.
3. Tixonova S.V. Social`naya mifologiya v kommunikacionnom prostranstve sovremennogo obshhestva: dis. ... d-ra filos. nauk. – Saratov, 2009. – 374 s. – In Russian.
4. Tixonova S.V. Social`naya mifologiya v kommunikacionnom prostranstve sovremennogo obshhestva: Avtoref. dis. ... dokt. filos. nauk. – Saratov, 2009. – In Russian.
5. Kol`ev A.V. Politicheskaya mifologiya / A.V. Kol`ev // Oficial`ny`j sajt Andrey a Savel`eva. URL: <http://www.savelev.ru/books/content/?b=4> (data obrashheniya 10.09.10). – In Russian.
6. Zobov R.A. Social`naya mifologiya Rossii i problemy` adaptacii / R.A. Zobov, V.N. Kelas`ev // Bol`shoj psixologicheskij slovar`. Stat`i po psixologii. [E`lektron. resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.psychodic.ru/arc.php?page=405> (data obrashheniya 10.10.11). – In Russian.
7. Zobov R.A. Sociokul`turny`j mif kak osnova genezisa drugix form mifologii / R.A. Zobov, V.N. Kelas`ev // Ucheb. mater. po psixologii i psixologicheskie stat`i. [E`lektron. resurs]. – Rezhim dostupa: http://www.psycharticles.ru/view_post.php?id=41118. (data obrashheniya 10.10.11). – In Russian.
8. Dragunskij D. Sociokul`turny`j aspekt. Social`naya mifologiya / D. Dragunskij // Klub rostovskix upravlencev i predprinimatelej. [E`lektron. Resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.2015.ru/1234997> (data obrashheniya 10.10.11). – In Russian.
9. Belousova S. Rol` i mesto social`ny`x mifov v processe formirovaniya oby`dennogo soznaniya / S. Belousova // Sev.-Kavkaz. gos. texn. un-t / Nauchny`e stat`i. URL: <http://science.ncstu.ru/articles> (data obrashheniya 10.10.11). – In Russian.
10. Staviczkij A.V. Sovremenny`j mif kak sociokul`turny`j fenomen / A.V. Staviczkij // Ukraina: russkoe prostranstvo. [E`lektron. resurs]. – Rezhim dostupa: <http://rusprostranstvo.com/?p=100> (data obrashheniya 10.10.11). – In Russian.
11. Denisov A. V. Mif v xudozhestvennoj sisteme muzy`kal`nogo teatra XX veka – k postanovke problemy` / A.V. Denisov // Vestn. gumanitarnoj nauki. – 2003. – #3(69). URL: <http://vestnik.rsuh.ru/article.html?id=55060> (data obrashheniya 10.10.11). – In Russian.
12. Soboleva N.I. Social`naya mifologiya: sociokul`turny`j aspekt / N.I. Soboleva // Federal`ny`j obrazovatel`ny`j portal E`SM. [E`lektron. resurs]. – Rezhim dostupa: http://ecsocman.hse.ru/data/994/912/1217/019_soboleva.pdf (data obrashheniya 10.10.11). – In Russian.
13. Mif i xudozhestvennoe soznanie XX veka: sb. st. pod red. d-ra filos. nauk N.A. Xrenova. – M.: Izd-vo Gos. in-ta iskusstvoznaniya, 2011. – 686 s. – In Russian.
14. Ryazanova S.V. Social`ny`j mif v prostranstve gumanitarnogo znaniya: nauchny`j potencial ponyatiya / S.V. Ryazanova // Religiovedenie v Permi. Vsy o religii v Permskom krae. [E`lektron. resurs]. – Rezhim dostupa: <http://blog.religiopolis.org/kopilov/2010/> (data obrashheniya 10.10.11). – In Russian.
15. Balabolina T.A. Sovremennoe mifotvorchestvo: social`no-filosofskij analiz: dis. ... kand. filos. nauk. – Xabarovsk, 2005. – 124 s. – In Russian.
16. Shestov N.I. Politicheskij mif teper` i prezhde / N.I. Shestov; pod red. A.I. Demidova. – M.: OLMA*PRESS, 2005. – 414 s. – In Russian.
17. Lyashenko O.V. Social`no-politicheskoe mifotvorchestvo v kontekste sovremennoj rossijskoj kul`tury`: dis. ... kand. filos. nauk. – Stavropol`, 2003. – 166 s. – In Russian.
18. Lyashenko O.V. Sovremenny`e social`no-politicheskie mify` Rossii i ix vliyanie na massovoe soznanie / O.V. Lyashenko // E`tnicheskie problemy` sovremennosti. Vy`p.10. Mater. 49 nauch.-metod. konf. «Universitetskaya nauka regionov». – Stavropol`, 2004. – In Russian.
19. Fersovich V.V. Ispol`zovanie mifov v interesax informacionno-psixologicheskogo vozdejstviya / V.V. Fersovich // Issledovatel`skij centr Analitik. [E`lektron. resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.rc-analitik.ru/file/%7B78846371-1042-4d7e-80d9-874fc4be3b0c%7D> (data obrashheniya 10.10.11). – In Russian.

20. Ul`yanovskij A.V. Social`ny`j mif kak brend: monografiya v 2 t. T.1. / A.V. Ul`yanovskij. – SPb.: Roza Mira, 2003. – 234 s. – In Russian.
21. Ul`yanovskij A.V. Mifodizajn: kommercheskie i social`ny`e mify` / A.V. Ul`yanovskij. – SPb.: Piter, 2005. – S. 136. – In Russian.
22. Zenkin S.N. Mif, imya, rasskaz / S.N. Zenkin // Poe`tika mifa: Sovremenny`e aspekty`; otv. red. S.N. Zenkin. – M.: Ros. gos. gumanit. un-t, 2008. – 100 s. – In Russian.
23. Mishuchkov A.A. Specifika i funkcii mifologicheskogo soznaniya / A.A. Mishuchkov // Al`manax «Vostok» #7(19), iyul` 2004. [E`lektron. resurs]. – Rezhim dostupa: http://www.situation.ru/app/j_art_500.htm (data obrashheniya 10.10.11). – In Russian.
24. Shul`ga N.V. Politicheskie mifologemy` v sovremennom mire./N.V.Shul`ga// Sajt kafedry` «Svyazi s obshhestvennost`yu» OmGUPS. [E`lektron. resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.promgups.com/publisher/txt1/more.php?more=48> (data obrashheniya 10.10.11). – In Russian.
25. Balandina E.A. Social`noe mifotvorchestvo v kachestve sredstva manipulacii soznaniem: filosofskij podxod: dis. ... kand. filos. nauk. – Barnaul, 2006. – 186 s. – In Russian.
26. Barinov D.S. Mifologizaciya social`ny`x trevog v massovoj kommunikacii / D.S. Barinov // Mater. ezhegodnoj nauch. konf. «Sorokinskie chteniya: Aktual`ny`e problemy` sociologicheskoy nauki i social`noj praktiki». 17-18 dekabrya 2002 goda //E`lektronnaya b-ka sociologicheskogo f-ta MGU im. M.V. Lomonosova. URL: <http://lib.socio.msu.ru/l/library?e>. – In Russian.
27. Baranova A.V. Massovaya kommunikaciya kak mif / A.V. Baranova // Bez temy`. – 2008. – #3-4(9). – S.61-69. – In Russian.
28. Vasil`ev S.S. Mexanizmy` i urovni vnedreniya mifa v massovoe soznanie: mass-media kak instrument social`nogo mifotvorchestva / S.S. Vasil`ev // Istoricheskaya i social`no-obrazovatel`naya my`sli`. – 2009. – #2. E`lektronnaya versiya nauchnogo zhurnala. URL: http://www.hist-edy.ru/hist/book2/2_2009/3_ru.php (data obrashheniya 28.06.2011). – In Russian.
29. Luk`yanova N.A. Dinamika kommunikativnoj sistemy` mifa: opy`t primeneniya informacii-sinergeticheskogo podxoda/N.A.Luk`yanova// Vestn. TGPU. Ser. «Gumanit. nauki». – 2006. – Vy`p.7(58).– S.43-49. – In Russian.
30. Mify` e`togo mira; pod red. S.V. Tixonovoj, S.N. Konevecz, M.A. Bogatova. – M.: Izdatel`skij dom «Yunost`», 2008. – 225 s. – In Russian.

SOCIAL MYTHS OF MODERN RUSSIAN SOCIETY: PRINCIPAL DIRECTIONS AND RESEARCH RESULTS

I.A. KAIROVA

(Don State Technical University)

The research results of the social mythology of the modern Russian society are generalized. The typology of social myths is resulted. Some topical functions of the modern social mythology are considered. The correlation of the modern social mythology and ideology is analyzed.

Keywords: *modern social myths, ideology, transformation of modern Russian society, typology of social myths, functions of social myths.*