

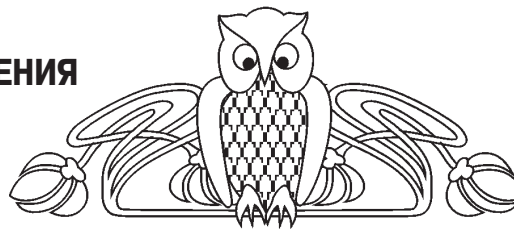


УДК 177.4

## МИФОЛОГИЧЕСКОЕ МЫШЛЕНИЕ В УСЛОВИЯХ СИМВОЛИЧЕСКОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

М. А. Ким

Саратовский государственный университет  
E-mail: kimma888@yandex.ru



Мифологическое мышление и символическое потребление связаны тесным образом. В мифе на современном этапе мы видим не пережиток архаичного прошлого, но современные модели, задающие тон развитию общественных связей между индивидами. Мифы повсеместно окружают человека, они сохранили свои свойства, но их символы и образы «обновили» свое содержание. В статье рассматривается подверженность любого человека мифологическому мышлению, которое призывает к определенному поведению. И в символическом потреблении можно найти все признаки трансляции и открытости к восприятию современных мифов.

**Ключевые слова:** мифологическое мышление, символическое потребление, миф, современная мифология, иллюзия, гиперреальность.

### Mythological Thinking in Terms of Symbolic Consumption

М. А. Kim

Mythological thinking and symbolic consumption are closely linked. We have not seen myth at modern stage an archaic relic of the past, but the contemporary models, sets the tone for the development of social relationships between individuals. Myths are generally surround a person, they have retained their property, but their symbols and images are upgraded their content. The article considers the exposure of any person to mythological thinking, which calls for a certain behavior. And in a symbolic consumption can be found all the signs and events open to the perception of the modern myths.

**Key words:** mythological thinking, symbolic consumption, myth, modern mythology, illusion, hyperreality.

В последние годы множество исследователей социальных процессов современного общества обращаются к рассмотрению понятия мифа. Его трактовки разнообразны, но причина обращения именно к этой категории едина – мифы свойственны и нашему мировоззрению. По мнению А.Ф. Лосева, «миф не есть выдумка или фикция, не есть фантастический вымысел». Миф понимается им как «самая подлинная действительность, самая необходимая категория мысли и жизни»<sup>1</sup>. И человек так или иначе обращается к мифологическому мировоззрению, хотя оно, как традиционно считается, присуще архаическому сознанию.

М. Элиаде в своей книге «Священное и мирское» трактует миф как «повествование о реальном, о том, что реально произошло, что в полной мере воплотилось»<sup>2</sup>. Подобное описание

мифа говорит о том, что мифы не могут не быть частью сознания современного человека, потому что в них имеются самые простые для восприятия мировоззренческие установки.

Казалось бы, мифология является архаической формой сознания, которая должна быть вытеснена научными достижениями и уже не может претендовать на главенствующую роль в мировоззрении современного человека. Но сейчас в условиях глобализованного и интегрированного мира миф нужно понимать немного шире, нежели как образные представления древних цивилизаций. Миф – мышление, в основе которого лежат определенные закономерности, шаблоны и клише осмысления мира, поэтому мифы укоренены и в сознании человека современной цивилизации. Можно утверждать, что сила мифологического мышления заново утверждается во всех сферах жизни человека. Тем самым подтверждается слова Э. Кассирера: «миф является неотъемлемой частью человеческой природы».

Но современная мифология существенно отличается от древних мифов. Технологии мифов нашего времени используют символы и образы, которые соответствуют «ориентациям и запросам массового сознания»<sup>3</sup>. Мифология на сегодняшний день снова в моде: она проникает в литературу, искусство и особенно – в идеологию. Миф неразрывно связан с каждой появляющейся на свет идеологией. «О мифе говорят как об “идейном оружии XX века, которое конструируется и внедряется как любое другое оружие”»<sup>4</sup>. Проникновение мифологий во все сферы жизни общества обусловлено свойствами самих мифов. Мифология предлагает человеческому сознанию естественный и убедительный взгляд на происходящее. Миф нельзя трактовать как форму ложного знания, ведь изначально мифологические представления воспринимались как объективная реальность. Современные же мифы также не устраняют реальность, создавая мир фантазмов и образов, они лишь дополняют реальность, делая её богаче и ярче. Р. Барт отмечает, что «мифология, безусловно, находится в согласии с миром, но не с таким, каков он есть, а с таким, каким он хочет стать»<sup>5</sup>. Это и есть особенность современного мифотворчества.

Возникает вопрос, почему именно миф становится главной составляющей сознания совре-



менного человека? Миф обладает свойствами, которые сознание человека усваивает наилучшим образом. Во-первых, мифы оперируют различными ассоциациями, и вещи могут выступать в различном качестве. Во-вторых, прослеживается и другое свойство мифа – амбивалентность, что дает человеку больше оснований верить мифам как неким построениям, лишенным противоречий. В-третьих, мифологическое знание содержит эмоциональное обобщение и создает определенный шаблон, в который укладываются все жизненные впечатления человека. В этом смысле миф является коллективной формой мышления. К. Г. Юнг трактует мифы как архетипы, представляющие «устойчивые схемы или фигуры, составляющие предпосылку и возможность психических образов, имеющие бессознательный, априорный, сверхиндивидуальный характер»<sup>6</sup>. Это открытие архетипической природы коллективного бессознательного еще больше укрепило представление о том, что миф, как самая непосредственная форма обнаружения архетипов, неотвратимо присутствует в современном сознании человека. Обращение современного человека к мифу обусловлено тем, что по всем характеристикам он наиболее понятен большей части социума. И даже те идеологии, которые основаны на рациональных аргументах, терпят поражение перед теми, что строятся по законам мифотворчества. Мифология обеспечивает сознание иллюзией защищенности. Отмечая особое влияние мифологии на сознание человека, С. Н. Булгаков замечает: «Мифу присуща своя особая достоверность, которая опирается не на доказательства, но на силу и убедительность непосредственного переживания». Э. Кассирер утверждает, что «мир мифа не есть простое образование, зависящее от каприза или случая, но он имеет свои собственные фундаментальные законы образования, действующие во всех отдельных проявлениях»<sup>7</sup>.

Мифы не обязательно должны восприниматься просто, но они апеллируют и к логике, и к представлению, и к интуиции одновременно: «Люди способны виртуальные образы и знаки превращать в новые выражения своего видения мира, но уже в материальном виде: в предметах быта, в каких-либо строительных конструкциях»<sup>8</sup>.

Современные мифы обладают и внешней конкретностью передаваемого сообщения, и в то же время олицетворяют внутреннюю многозначность, которую каждый трактует для себя по-разному. Для современного человека такой миф представляется особенно привлекательным, потому что духовная ситуация нынешнего общества – кризисное состояние практически всех его сфер.

Существовавший ранее миф о доме, который обладал непреложной значимостью для человека, теперь сменяется на миф о мобильности, когда сидеть на одном и том же месте считается плохим то-

ном. Желание менять место жительства, а вместе с ним и все вещи, окружавшие в старом жилище, свидетельствует о кратковременности отношений с вещами. Миф о мобильности полностью устранил привязанность к месту, к определенным вещам. И хотя человек стремится к стабильности, его потребность в постоянных изменениях преобладает под влиянием современных мифов.

Другой миф – кратковременных межличностных отношений – захватил еще более когда-то неприкосновенную сферу человеческих взаимоотношений. Если раньше люди создавали семьи и они распадались в очень редких случаях, то теперь для расставания не надо много поводов. Институт брака и семьи в целом также стал кратковременным, как и отношения с предметами постоянного потребления. Взаимоотношения с людьми носят столь же поверхностный характер, как и при выборе одежды в магазине. Поэтому и сами люди относятся друг к другу на основе функционального принципа, т.е. с точки зрения удовлетворения сиюминутных потребностей. Функциональный принцип отношений между людьми позволяет нам добиваться желаемого, устанавливать кратковременные связи, например, если необходимость в общении с определенным человеком ограничивается получением какой-либо выгоды. Этот функциональный подход распространился не только на деловые отношения, но и на межличностные. Человек заинтересован в смене места жительства, обстановки, покупке чего-либо нового, но его мало интересуют старые связи; дружеские взаимоотношения приобретают кратковременный характер. «Люди будущего живут в условиях “высокой временности” – условиях, при которых длительность отношений сокращается, пропускная способность отношений чрезвычайно ускорена. В их жизни вещи, места, люди, идеи и организационные структуры – все “расходуется” быстрее»<sup>9</sup>. Поэтому, чтобы заполнить постоянно освобождающееся пространство для новых связей, человек прибегает к символическому потреблению. Но его нельзя назвать полностью символическим, потому что оно выполняет определенные функции для индивида. И эти функции второстепенны по отношению к возможности обретения человеком новой, может быть, нестабильной идентичности. Потребление продуктов-символов делает нас заложниками собственного показного поведения, у которого есть определенные зрители – свидетели потребления, без этих персонажей само символическое потребление потеряло бы всякий смысл. Чувство внутреннего комфорта человека, задействованного в символическом потреблении, имеет две стороны: первая – когда у него модный гардероб, престижная марка автомобиля, вторая – когда он демонстрирует свидетелям потребления свою успешность.



Общество иллюзии опутывает своими сетями современного человека: в связи с ускорением жизни он не успевает осознать ценность окружающих его предметов: они становятся краткосрочными, скоропортящимися, одноразовыми. Одновременно рождается мысль о том, что пребывание в «одноразовой культуре» делает человеческое существование все более и более удобным, что является еще одной иллюзией, которую навязывает общество символического потребления. Технологичными, используемыми в данном обществе, сложно управлять, так как они пронизывают всю социальную реальность: это, прежде всего, средства массовой информации, заполняющие потоками информации все пространство. В условиях значительного увеличения спектра доступной продукции и услуг символы, сопровождающие тот или иной товар, играют роль идентификатора и гарантируют неизменность свойств и потребительских преимуществ: они облегчают ежедневный выбор в огромном количестве доступных возможностей.

Так мифологическое мышление, можно сказать, порождает символическое потребление. В разнообразии проявлений жизни современного человека множество символов связано с выстраиванием тех или иных отношений с другими индивидами, а также выбора линии поведения относительно собственного «я». В. И. Ильин, анализируя символическое потребление, выделяет четыре основных вида символов, которые наиболее явно характеризуют человека и его ожидание того, как он должен будет восприниматься в обществе: 1) «отличаться от других»; 2) «быть не хуже других»; 3) «быть похожим на других»; 4) «самовыражение»<sup>10</sup>.

Первый символ требует от человека выражения индивидуальности, попытки отойти от привычных представлений в потреблении вещей. Индивид привлекает внимание к себе с помощью символического потребления, выделяя себя на фоне других подобных потребителей. Второй – «быть не хуже других» – отражает желание быть включенным в процесс потребления, чтобы означать себя с помощью вещей на том же уровне, что и остальные участники символического потребления. «Быть похожим на других» – определенная форма копирования образов, необходимых для соответствия принятым символам потребления. Четвертый символ является, с одной стороны, попыткой пойти против символического потребления, прибегая к эксклюзивным вещам, но, с другой – представляется более изощренной формой показного потребления.

С помощью символов расширяется предельная полезность тех или иных вещей: ценность символов при массовом потреблении значительно выше стоимости самой вещи, но в условиях

постоянного обновления сферы товаров и услуг происходит обесценивание вещей через те же символы. Если человек потребляет товары из категории символа «самовыражение», то он автоматически удовлетворяет свою потребность в идентификации. Если потребление определенных символов имеет закрытый характер, т.е. доступно ограниченному кругу лиц, то и удовлетворение от подобного потребления будет более продолжительным. Однако и это удовлетворение является кратковременным по сравнению с тем сроком, который отведен для потребления самой вещи.

Важным аспектом символического потребления является то, какую значимость имеют определенные символы для данного конкретного индивида. Безусловно, в символическом потреблении участвуют абсолютно все, но степень подверженности ему дифференцируется в зависимости как от материального достатка, так и от отношения к жизни и самому себе. Таким образом, человек использует символическое потребление для трансляции современного мифа о человеческой успешности, причем этот миф может трактоваться по-разному в зависимости от ситуации, т.е. успех может отображаться как в следовании потреблению вещей и услуг, так и в отторжении этого процесса.

Если успешные люди и участвуют в символическом потреблении, то на значительно более качественном уровне, нежели остальные. Они воспринимают образы, наглядно представленные телевидением, не как самостоятельно потребляемый объект, а, скорее, как идеологически подобранный продукт. Стоит отметить, что человек, участвующий в символическом потреблении, неизменно желает самоидентифицироваться, но самоидентификация здесь не столько аспект экзистенциального мышления, сколько основа для разрушения старых общественных конструкций. Возникает новая культура потребления, которая регламентируется различными установками, включая законы, мораль и технологии символического потребления. Эти технологии, являясь современными мифами, имеют строгие правила игры, иначе они не имели бы успеха и влияния. Они предполагают инерцию мышления, привыкание, формирование норм поведения с помощью вложения нового смысла и понятийного содержания в уже привычную символику.

Таким образом, современному человеку присуще мифологическое мышление, наполненное новыми символами. Индивид строит собственные представления, выбирает модель поведения и способ идентификации, опираясь на современные мифы. Технологии мифомышления используются во всех сферах жизни, поскольку воспринимаются человеческим сознанием.



Именно мифология может создавать образы или наполнять новым содержанием существующие мифомодели для манипулирования общественным сознанием. В свою очередь, мифологическое мышление задает тон потреблению как одной из сфер общественных отношений, поэтому становление символического потребления напрямую зависит от трансляции с помощью СМИ определенных мифов. Взаимосвязь современного мифотворчества и символического потребления сегодня представляется достаточно отчетливо, и это дает право говорить, что мифо-мышление необходимо обществу не только как пережиток прошлого и составная часть любого мировоззрения, но и как определенная матрица, закладывающая нравственные ориентиры и моральные ценности.

## Примечания

- <sup>1</sup> Лосев А. Ф. Миф. Число. Сущность. М., 1994. С. 9.
- <sup>2</sup> Элиаде М. Священное и мирское. М., 1994. С. 63.
- <sup>3</sup> Мартишина Н. И. Наука и паранаука в духовной жизни современного человека. Омск, 1997. С. 70.
- <sup>4</sup> Мартишина Н. И. Указ. соч. С. 71.
- <sup>5</sup> Барт Р. Миф сегодня // Барт Р. Избр. работы. Семиотика. Поэтика. М., 1994. С. 72–130.
- <sup>6</sup> Юнг К. Г. Психологические типы. СПб., 2001. С. 97.
- <sup>7</sup> Кассирер Э. Избранное. Опыт о человеке. М., 1998. С. 733.
- <sup>8</sup> Жолдуев С. И., Плотников В. Г. Влияние древних религий на современные корпорации. М., 2006. С. 35.
- <sup>9</sup> Тоффлер Э. Шок будущего. М., 2002. С. 59.
- <sup>10</sup> Ильин В. И. Поведение потребителей. Краткий курс. СПб., 2000. С. 81–83.

УДК 101.1:316

## ДИАЛЕКТИКА ГЛОБАЛЬНОГО И ЛОКАЛЬНОГО: НАЦИОНАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВО И КОЛЛЕКТИВНАЯ ПАМЯТЬ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Е. Н. Костина

Казанский (Приволжский) федеральный университет  
E-mail: kostina2010@inbox.ru



В статье рассматривается вопрос о судьбе национального государства в условиях глобализации. Объектом исследования является диалектика глобального и локального; в качестве предмета анализа выступает политика памяти, рассматриваемая с точки зрения метода сохранения позиций национального государства. **Ключевые слова:** национальное государство, глобальное, локальное, идентичность, коллективная память.

### The Dialectics of Global and Local: the Nation State and the Collective Memory within Globalization

Е. Н. Kostina

The article discusses the place of nation state phenomenon in an atmosphere of globalization. The object of analysis is the dialectics of global and local; the subject is historical politics regarded as a nation state's preservation method.

**Key words:** nation state, global, local, identity, collective memory.

Процесс глобализации не перестает интересовать исследователей в различных областях социально-гуманитарного знания, поскольку изменения, которые повлек за собой этот процесс, носят настолько масштабный характер, что нет, пожалуй, такой сферы общественной жизни,

которая не трансформировалась бы под его влиянием. Не является исключением и феномен национального государства, основы которого также пошатнулись перед лицом глобализации.

Национальное государство (nation state), как его определяют Д. Андерхилл, С. Барретт, является «мифологической и интеллектуальной конструкцией, обладающей высокой степенью убедительности и большой политической силой»<sup>1</sup>. Это определение интересно, на наш взгляд, тем, что представляет феномен национального государства как теоретический конструкт, как абстракцию, но в то же время обладающую абсолютно реальной функциональностью: существование национального государства – условие единства и сплоченности нации. Однако все чаще ученые говорят о том, что перед национальным государством – феноменом, объединяющим нацию, народ в единое культурно-историческое целое, в условиях глобализации возникает угроза разрушения.

Так что же происходит в глобализирующемся мире с феноменом национального государства? Какая роль отведена в этом мире коллективной памяти о его прошлом? В самом ли деле эта память превращается в лишнюю, тормозящую движение вперед (в коллективное будущее) элемент? По-