СОЦІАЛЬНА ФІЛОСОФІЯ

УДК 130.2
DOI https://doi.org/10.24195/spj1561-1264.2021.3.4

Лісеєнко Олена Василівна
доктор соціологічних наук,
професор кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності
ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»
вул. Старопортофранківська, 26, Одеса, Україна
orcid.org/0000-0002-0408-5203

Соколова Оксана Василівна
аспірантка кафедри філософії,
соціології та менеджменту соціокультурної діяльності
ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»
вул. Старопортофранківська, 26, Одеса, Україна
orcid.org/0000-0001-6815-9008

МІФОГЕННІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ СМИСЛОВОГО ПРОСТОРУ КУЛЬТУРИ ТА СУСПІЛЬСТВА

Актуальність теми. *Філософське дослідження розвитку смислового простору культури та сучасного суспільства передбачає глибоке осмислення в цих соціокультурних процесах ролі соціальних міфів. Особлива активізація міфотворчості відбувається у трансформаційному суспільстві на етапі формування нової соціально-політичної реальності, тому без осмислення політичної та культурної міфології неможливо адекватно зрозуміти та спрогнозувати розвиток сучасних суспільних процесів.* ***Метою статті*** *є аналіз ролі міфогенних чинників формування смислового простору культури та сучасного суспільства.* ***Методи дослідження:*** *використано загальнонаукові методи формальної логіки (дедукції, індукції, аналізу, синтезу), а також структурно-функціональний та аксіологічний методи.* ***Результати дослідження.*** *Аналіз дефініцій «соціальний міф», «соціальна міфологія» у сучасному філософському дискурсі дозволив представити соціальні міфи як систему семіотичних цінностей, актуальних у конкретній соціокультурній системі. Обґрунтовано, що формування соціального міфу пов'язано не тільки з традиціями, сакральними уявленнями і злободенними потребами людей, а й з певними стереотипами світосприйняття і поведінки окремо взятої спільноти. Принципами актуалізації міфів визначаються процеси глобалізації, розвиток масової культури, вплив колективного несвідомого та архетипів. Зроблено аналіз ціннісного та смислового наповнення «міфу успіху» у спектрі міфів, які функціонують у сучасній масовій культурі українського суспільства. Зазначено, що життєвий успіх людини являє собою суму векторів особистісного та професійного успіху. Рівень особистісного успіху репрезентується у ступені самовдосконалення і самопізнання людини. Професійний успіх відбивається в ступені реалізації творчого потенціалу людини, виявленні її професійного покликання і, в кінцевому результаті, матеріального винагородження залежно від домінуючої моделі успіху. Зроблено висновок, що в даний час в українському суспільстві неможливо виділити єдину ціннісну шкалу життєвого успіху в масовій свідомості, що є проблемою філософського осмислення.*

Ключові слова: *міф, міфологізація свідомості, міф успіху, політичний міф, культура, суспільство.*

Вступ. Філософське осмислення особливостей конструювання смислової просторово-часової матриці сучасної культури виглядає важливим саме тому, що дозволяє поглибити розуміння складних соціокультурних процесів сучасного суспільства. Але щоб розуміти й досліджувати

онтологічні характеристики нових культурних явищ, еволюційні хвилі руху культури, які транслюються на спосіб життя людей, їх наміри та дії, слід звернути увагу на сучасні культурно-символічні форми, серед яких чи не найбільшим потенціалом володіє соціальний міф, що спирається на архаїчні уявлення та звичні образи. Особлива активізація міфотворчості відбувається у трансформаційному суспільстві на етапі формування нової соціально-політичної реальності, тому без осмислення політичної та культурної міфології неможливо адекватно зрозуміти та спрогнозувати розвиток сучасних суспільних процесів. Відображенням концептуальної цінності та практичної затребуваності досліджень міфологізації сучасних культурних явищ та суспільної свідомості є різні наукові дискусії із приводу оцінок того, що «відбувається з культурою», як впливають онтологічні характеристики культури на суспільний розвиток, значний обсяг різнопланових досліджень і зростаючий інтерес до проблематики сучасної міфологізації як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників.

Аналіз останніх наукових досліджень. Серед філософських робіт, присвячених дослідженню різних аспектів сучасної міфологізації, слід назвати праці таких авторів, як О. Барчан, Г. Вонсович, В. Заводюк, Л. Зубрицька, М. Шестов та інших. Французький філософ Р. Барта [1] з точки зору семіотики розглядає міфи як складові конструкти всіх культурних і соціально-політичних феноменів, а саме явище міфологізації – як ознаку всіх соціумів. Теоретико-методологічні аспекти конструювання політичної ідеології крізь призму взаємодії наукових і міфологічних її складових частин досліджуються у роботах Ю. Шайгородського [2]. У роботі І. М. Попової «Демократія як засіб ідентифікації та міфологізації» обґрунтовано, що функціонування терміна «демократія», який використовується в якості засобу ідентифікації та міфологізації, визначається його символічною природою [3].

Разом із тим слід зауважити, що, попри зацікавленість проблематикою феномену міфологізації культури з боку філософів, його вивченню в контексті впливу міфів на формування смислового простору культури та суспільства приділено значно менше уваги. Отже, потребує осмислення явище соціального міфу як чинника формування смислового простору культури та суспільства. У розумінні міфологізації культури та суспільства слід брати до уваги те, що глобалізація інформаційного простору вплинула на інтенсивне поширення та впровадження міфів у масову свідомість і безперервне «підживлення» масової культури усе новими ідеалами, стереотипами, міфами. Тому сьогодні немає сумнівів в тому, що в соціокультурному просторі сучасного українського суспільства функціонують різні міфи, багато з яких конструюються саме українським суспільством, і це впливає на суспільні процеси.

Мета статті – аналіз сутнісних характеристик поняття «соціальний міф», «міфологізація» в сучасному філософському дискурсі та особливостей впливу соціальних міфів на формування смислового простору культури та суспільства. Найголовнішими *завданнями* виступають: аналіз дефініцій «соціальний міф», «соціальна міфологія» у сучасному філософському дискурсі з метою виявлення основних тенденцій в її дослідженні; обґрунтування авторської дефініції поняття міфологізації як чинника формування аксіологічних характеристик культури та суспільства; виявлення особливостей впливу міфогенних чинників на формування смислового простору сучасної української культури та суспільства.

Методи дослідження. Методологічна основа дослідження зумовлена поставленою метою, завданнями та характеризується застосуванням загальнонаукових методів формальної логіки (дедукції, індукції, аналогії, аналізу, синтезу), а також використанням структурно-функціонального, аксіологічного методів.

Результати. Більшість наявних концепцій соціального міфу, які переважно орієнтовані на вивчення різних аспектів соціальної міфологізації, визнають значну роль соціальних міфів у функціонуванні соціокультурних процесів суспільства. Але в сучасному філософському дискурсі явище соціальної міфологізації сучасної культури та суспільства поки ще не знайшла цілісного наукового осмислення. Тим часом вивчення соціальної міфологізації є соціально значущою тому, що міфологія в сучасній культурі та суспільстві починає виступати не як засіб пізнання, а як ідеологія соціального управління і маніпулювання масами.

Із розвитком соціогуманітарних наук у XX столітті онтологічний статус культури почав змінюватися. Якщо раніше поняття «культура» розглядалось як підпорядковане поняттю «суспільство», буквально розчинялася в суспільстві, то з середини XX століття культура стала розглядатися як його інтегральна властивість. Крім того, на зламі XX–XXI століть, коли в соціогуманітарних науках відбувся так званий «культурний поворот», у науковому дискурсі відбувається посилення концептуального статусу поняття «культура», яке стало розглядатись як універсальна пояснювальна категорія. Таким чином, розвиток суспільства, форми соціальності стали розглядатися як культурно детермінований результат дії певної сукупності традицій, цінностей, стереотипів, символів, міфів та ін.

Культура як складний соціокультурний феномен має свою структуру, мережу усталених і впорядкованих зв'язків між її складовими елементами, які забезпечують її цілісність. Якщо говорити про соціальні міфи як символічні елементи культури, треба підкреслити, що міф є феноменом не лише культурним, багато в чому залежним від культурного контексту доби, але й феноменом соціальним, психологічним, оскільки виступає засобом соціальної самоідентифікації індивідів і суспільства. Як стверджує Л. Воєводіна, «міф засадничо виступає як джерело масової енергії, її згусток, він здатний мобілізувати групи людей до певних дій, чи це виконання релігійного ритуалу, революційний рух, вибори президента чи здійснення престижної покупки під дією реклами чи привабливості лейбла» [4, с. 134].

Інтерпретації поняття «соціальний міф» дуже широкі – «від використання як синоніма міфологеми до співвіднесення з розвинутими світоглядними системами, що активізують окремі пласти менталітету, сукупності культурних феноменів та великі групи явищ матеріального світу» [5, с. 78]. Р. Барт визначає соціальний міф як вторинну семіологічну систему: «… міфічне повідомлення формується із деякого матеріалу, уже опрацьованого для цілей певної комунікації» [1, с. 73]. Матеріальними носіями міфологічного повідомлення можуть бути усна мова, письмове повідомлення, зображення, фотографії, кіно, репортаж, спортивні змагання, видовища, реклама. На думку Р. Барта, будь-яке явище можна наділити певним сенсом, значенням, яке потім транслювати його в масову культуру і масову свідомість. Консолідуємось з позицією дослідниці Н. Соболєвої, яка визначає соціальні міфи як систему онтологізованих семіотичних цінностей, актуальних у конкретній соціокультурній системі. На думку Н. Соболевої, в умовах трансформації суспільства та соціокультурної аномії, яка зараз характеризує сучасне українське суспільство, соціальний міф є одним із найважливіших механізмів «уживлення» в масову свідомість нових символів та цінностей. Разом із тим неконтрольованість цього процесу призводить до наповнення «ідеологічно-ціннісного вакууму» міфологемами, не завжди адекватними потребам суспільства [6]. У зв'язку із чим повстає питання можливості такого контролю та інструментів для його впровадження.

Соціальна міфологія, тобто міфологічна складова частина культури існує невіддільно від суспільної свідомості та являє собою органічно вплетене у розуміння ірраціональне викривлення, засноване на вірі та інших ірраціональних компонентах підсвідомого. Особливо в сучасному інформаційному суспільстві масова культура впливає на смислові та ціннісні уявлення людей і іноді позбавляє їх можливості критично мислити. Внаслідок чого у свідомості переважає ірраціональна складова частина і атрофується здатність вирізняти істину з великого потоку інформації. Саме це спричиняє повернення до міфу та міфологізації, що відображається у масовій культурі, її нових міфах суспільної й особистої спрямованості. При цьому суспільно орієнтовані міфи проявляються у політичних, соціальних і міфах масового мистецтва, а особистісно орієнтовані міфи стали основою реклами та іміджмейкертсва. «Міф у сучасному постіндустріальному суспільстві постає продуктом масового виробництва, принципом організації масової свідомості, а телебачення – основним міфотворцем» [7, с. 66].

Основні соціальні міфи поширюються засобами масової інформації, мережею Інтернет та популярним мистецтвом (літературою, художніми фільмами, рекламою, модою, музикою, фотографією тощо). Широко впроваджена в масову свідомість телевізійна реклама чинить значний вплив на культурно-інформаційний простір, який вона створює багато в чому за

принципом міфологізації дійсності. Вплив цього фактору актуалізації міфів у сучасному світі підкреслює і Л. Воєводіна: «Інформація, оформлена в оболонку міфу, набуває чуттєво-виражальної конкретності, легко запам'ятовується, естетизує життєвий світ сучасної людини та кидає її, у кращому випадку, в обійми ілюзій, у гіршому – робить об'єктом різних маніпуляцій, у тому числі політичних» [4, с. 139].

Використання у рекламному тексті сталих архетипів і міфологічних сюжетів робить рекламу не тільки дієвим маніпулятором масової свідомості, а і глобальним (інтернаціональним) явищем. Більше того, реклама сама здатна творити масові міфи для індивідуального використання й ефективно впливає на формування споживацької ідеології. Останнє пов'язано з комерційною спрямованістю масової культури. Змінені уявлення про життя та його цінності поширює реклама, маючи на меті вплинути на поведінку людини у бажаному напрямі. Подібний «виховний» намір реалізується за допомогою певних схем рекламних міфів. Індивіда перетворюють на слухняного і зручного споживача товарів або послуг масової культури. Найчастіше реклама, як власне і масова культура, задає стиль життя, поведінки, спілкування та ін. Рекламний міф не має меж та особистісної спрямованості, оскільки звертається до великої та безликої множини людей. Він створює ілюзію, що за наявності умовного товару або послуги індивід буде щасливий. На думку французького науковця Г. Лебона, в історії видимість переважає над реальністю. Це пояснюється тим, що люди схильні вірити ілюзіям і помилковим думкам, а мислення натовпу, маси позбавлено логіки, тому вона охоче піддається ілюзіям: «Саме ілюзії спричинили появу пірамід Єгипту, побудували величезні собори. Більшу частину своїх сил людство витратило у погоні за ілюзіями» [8, с. 66]. Свого часу Г. Лебон звертав увагу на те, що натовп, маса не має критичної свідомості, мислячи образами, які часто не мають нічого спільного з реальністю. Отже, основним фактором еволюції народів була не істина, а омани, ілюзії, які керували людьми. Напевно, це твердження стало одним із базових для розуміння масової культури. Наша свідомість стає уже настільки заміфологізована, що у намаганнях зрозуміти світ ми не руйнуємо вже відомі, а створюємо все нові міфи.

Серед міфів, які функціонують у сучасній масовій культурі та українському суспільстві, передовсім виділимо так званий «міф успіху». Сучасний філософсько-психологічний сенс успіху особистості зближується з такими поняттями, як особистісний ріст, самореалізація, самоактуалізація, самовдоволення в діяльності, особистісна, індивідуальна, професійна компетентність, соціальне схвалення, система регуляції соціальної поведінки та ін. У зв'язку із сучасними процесами глобалізації успіх з колишньої «внутрішньої» категорії, пов'язаної з особистісним відчуттям задоволення від знайденого покликання в житті, тим, як склалося життя людини в цілому, стає «зовнішньої» категорією та набуває статусу, вираженого в придбанні нею статусу інтегральної життєвої стратегії. Змінюється соціум, з одного боку, який характеризується зростаючими можливостями для досягнення життєвого успіху, а з іншого боку, відтворюються старі залежності, що зводять життєвий успіх до відтворення колишніх прагнень, потреб і бажань. Соціальна трансформація сучасного українського суспільства актуалізує престижність одних видів занять (підприємець, менеджер, тощо) і демонструє неспроможність і непопулярність інших.

Глобалізація, значення якої в конструюванні соціального міфу «успіх» згадувалося раніше, здійснює свій вплив не тільки на різноманітні сфери існування людей, а й вносить значні зміни у їх спосіб життя. Дослідники констатують дві її ведучі тенденції: глобалізація стилю життя, зріст загально цивілізаційних характеристик буття людей, але з виразною тенденцією до збереження національної самобутності культури, мови, традицій, національної ментальності. Цей амбівалентний процес знаходить своє відображення і в такій цілісній оцінці життя, як «життєвий успіх». Історичний досвід людського існування засвідчує те, що людина вкорінюється в життя, добивається успіху і повноти свого самоздійснення лише в тому випадку, коли вона шукає необхідні умови свого буття і, якщо не знаходить, створює їх сама. Ця сутнісна особливість знаходить своє втілення в прагненні особистості відірватися від повсякденності, ставити і вирішувати задачі, які забезпечують вищий, більш змістовний рівень індивідуального існування.

На наш погляд, життєвий успіх людини являє собою суму векторів особистісного та професійного успіху. Рівень особистісного успіху, з нашої точки зору, репрезентується в ступені самовдосконалення і самопізнання людини. Цей успіх виражається в досягнутому рівні людиною особистісної зрілості, пов'язаної з відчуттям суб'єктивного та сімейного благополуччя, щастя. Професійний успіх відбивається у ступені реалізації творчого потенціалу людини, виявленні її професійного покликання і, в кінцевому результаті, матеріального винагородження залежно від домінуючої моделі успіху. Враховуючи вищесказане, варто додати, що «успіх» може бути досягнутий як за рахунок одного із цих двох векторів (і в цьому випадку він неминуче будується на основі гіперкомпенсації), так і за рахунок найбільш оптимального поєднання особистісного і професійного компонентів. Саме останнє твердження, на наш погляд, є сутнісною характеристикою поняття «життєвий успіх». Крім того, особливістю життєвого успіху є те, що він базується на особистісних суб'єктивних оцінках успішності соціальних практик, і ці оцінки можуть не відповідати прийнятим у суспільстві стандартам успішності. Внутрішнє задоволення результатами своєї діяльності не завжди супроводжується визнанням цих досягнень з боку суспільства.

Якщо проаналізувати особливості «міфу успіху» у західному суспільстві, його субстанційна характеристика – це індивідуальний успіх особистостей. Але незважаючи на глобалізаційні процеси, не можна говорити про повну інтеріоризацію цінності «успіху» західного зразку в українському суспільстві. Історична традиція України як пострадянської держави вказує на залишки у світосприйнятті первинності цілого – країни, батьківщини, держави, як певної єдності. Держава здійснювала безперервний патерналістський нагляд. Сувора ієрархія, жорсткий поділ на стани, шанування авторитету у всіх його проявах об'єктивно створювали ситуацію обмежених можливостей і непереборних труднощів у досягненні успіху. Передбачалося, що індивідуальний успіх міг реалізовуватися в руслі соціальних орієнтирів, зразків і ідеалів. У разі особистісної відповідності їм індивідуальний успіх забезпечувався в заданих суспільством характеристиках. Успішною людиною вважалася та, яка засвоювала суспільні ідеали та могла їм відповідати.

На відміну від американського прагматизму, вітчизняна філософська традиція акцентує увагу на внутрішніх екзистенційних факторах буття людини. Йде чітке розмежування мирської і сакральної сфери. Християнство не може використовуватися в прагматичних цілях, для українського народу релігія – це та сфера, де він може бути іншим, духовним, над яким держава не має контролю. Наша релігія не заохочує практичні устремління, і в соціумі тривалий час була відсутня орієнтація на матеріальне процвітання. Нездійсненність зовнішнього успіху український народ компенсує духовним багатством. Постійний стан пошуку, ігнорування теперішнього і націленість на майбутнє являє собою процес особистої самореалізації.

Але як показує повсякденна практика, незважаючи на своє бажання, величезна кількість людей успіху не досягають. А багато з тих, хто приходить до зовнішніх досягнень, не відчуває при цьому і частини очікуваного задоволення або навіть відчуває розчарування. Пояснення цього феномену полягає в тому, що люди емпірично прагнуть до успіху, часто не розуміючи, що таке успіх, яка його природа і механізми досягнення. Повнота успіху залежить, на наш погляд, від того, наскільки гармонійно людині вдається поєднувати у своїй діяльності морально-духовні установки і цінності з прагматичним підходом до світу. Досягти такого поєднання дуже непросто, і воно зустрічається в житті досить рідко, але рух людини в даному напрямку є єдиною можливістю наблизитися до життєвого успіху, знайти і втілити його на практиці. Результати соціологічних досліджень стосовно життєвого успіху свідчать, що існує розбіжність між реальними цінностями в сучасному українському суспільстві, яке трансформується, і тими, що їх декларує людина. Дані досліджень виявляють дуже низький рейтинг у населення України таких ознак успішності, як самореалізація, доброчинність, освіта, що симптоматично вказує на те, що ідея успіху в українському суспільстві все більше схиляється у бік притаманної західній культурі досяжницької моделі успішності.

Зрозуміло, що сучасне українське суспільство має свідомо створити власну культуру успішності. Країни, що досягли в минулому столітті вражаючих результатів (США, Японія, Південна

Корея, країни Західної Європи), створили філософію успіху, яка отримала практичне втілення в їх моделях розвитку («американська мрія», «японське диво», «південнокорейське диво»). Незважаючи на національну специфіку і культурні відмінності, кожен варіант філософії успіху мав спільні риси – подібна філософія органічно поєднувала особисте і суспільне і тому виступала як фактор подолання протиріч між різними соціальними групами і спільнотами суспільства. У цьому плані треба сказати, що те, що допомагає особистому успіху окремої людини і громадянина, то допомагає успіху країни в цілому.

Соціальна міфологія цілком може жити й розвиватися під виглядом того, що С. Московичі називає «світською релігією» – вона не стосується бога, кожна нація визначає її для себе як певну догму, священні тексти, якими керується, героїв в якості святих; така світська релігія відповідає певним психологічним потребам, «проникаючи в пори масового суспільства, вона стає суттю людського життя, енергією вільної віри» [9]. Справді, для будь-якої країни такими догмами є певні багатовікові національні традиції, священними текстами є Конституція та різноманітні кодекси законів, а героїв у якості святих кожен вибирає для себе сам – політики, науковці, актори, спортсмени та ін. Для підтримання такої світської релігії використовуються засоби міфології – сукупність церемоній, емблем, паролів (лозунги, гасла, заклики на кожному кроці) та ін.

У сучасній суспільній свідомості міфологію замінює політична ідеологія. Ідеологія є наступницею міфології, яка успадкувала від своєї попередниці структуру і принцип дії. Наочним прикладом перенесення політики в міфологічну площину є шкільна навчальна програма для загальноосвітніх навчальних закладів з історії. В рамках цього предмету розвитку культури, мистецтва, філософії приділяється надзвичайно мало уваги, основний же акцент припадає на вивчення війн, політичних режимів і особистостей, які мають значення для політичної історії. Таким чином, історія держави зводиться практично до міфічних сказань про подвиги героїв.

Важливим мотивом у системі політичного міфу, за думкою В. Бурлачука, є тема героїв і героїзму, в тому числі героя-мученика. Віра в героя інтегрує членів групи і пов'язує їх з універсальними цінностями суспільства. Повернення до героїчної теми, на думку дослідника, слугує тривожним симптомом для суспільства, що свідчить про проникнення тотальної ідеології, оскільки створення пантеону героїв виявляється підосновою для створення культу вождів [10, с. 15].

Крім того, В. Бурлачук зазначає наявність у політичному міфі чіткого поділу на «ми» і «вони». Така класифікація аналогічна міфологічному поділу на «своє» і «чуже». Важливою ознакою політичного міфу, за Бурлачуком, є уособлення, тобто будь-який процес або явище пояснюється чиєюсь волею. Тому для політичного міфу існують лише суб'єктивні причини, а об'єктивні – відсутні. З цього розуміння соціальних подій як прояву чиєїсь волі виникає абсолютизація віри в здатність змінити світ вольовим зусиллям [10, с. 14]. Формування в суспільстві такої настанови слугує ефективним знаряддям маніпулювання масами. Поділ же на «своє» і «чуже», «ми» і «вони» часто насаджується штучно, і межа, за якою відбувається розрив, прокреслюється відповідно до завдань існуючого в цей час режиму правлячої еліти.

Висновки. Формування соціального міфу пов'язано не тільки з традиціями, сакральними уявленнями і злободенними потребами людей, а й з певними стереотипами світосприйняття і поведінки окремо взятої спільноти. Основу соціальної міфології становлять традиції, архетипи та емоції, які породжують віру – феномен інформаційного впливу, що протистоїть будь-яким, навіть найбільш раціональним аргументам. Найбільш поживним ґрунтом для виникнення і розвитку міфів є напружена ситуація соціально-політичної кризи у суспільствах, що трансформуються. Руйнування усталених основ державної та особистісної самоідентифікації в умовах несформованої адекватної заміни звичних світоглядних принципів штовхає до міфологізації та некритичного запозичення чужого досвіду, що веде до втрати суб'єктності або відтворення застарілих і навіть архаїчних міфів власної державності.

Аналіз «міфу успіху» в спектрі міфів, які функціонують у сучасній масовій культурі українського суспільства, дозволяє запропонувати осмислення життєвого успіху як синтезу внутрішнього та зовнішнього успіху. Внутрішній успіх – це особистісне відчуття задоволення від знайденого покликання в житті, тим, як склалося життя людини в цілому. Зовнішній успіх включає

в себе імплікацію покликання людини у соціальне середовище із подальшим винагородженням у вигляді певного символічного ресурсу (високого заробітку, слави, визнання, тощо), що визнається суспільством як «успіх». Саме визнання соціальним середовищем результатів вдалої імплікації покликання легітимізує останні як «успіх». Аби зовнішній і внутрішній успіх знаходилися у стані взаємозалежності і складали життєвий успіх, необхідно, щоб у особистості співпадали цінності внутрішнього та зовнішнього світу. Цього можливо досягти за допомогою піднесення життєвого успіху в ранг домінуючої цінності шляхом відтворення її соціокультурними каналами передачі цінностей.

На процес конструювання ціннісного та смислового наповнення міфу «життєвого успіху» в українській соціальній реальності значний вплив має сучасна глобалізація. Глобалізаційні трансформації суттєво видозмінили змістове наповнення поняття «життєвого успіху». Витоки соціального успіху, що продиктовані ринковою економікою, засновуються на принципі конкуренції і приватній власності і орієнтують на досягнення високого соціального статусу і набуття матеріального благополуччя. Змінюється соціум, з одного боку, який характеризується зростаючими можливостями для досягнення життєвого успіху, а з іншого боку, відтворюються старі залежності, що зводять життєвий успіх до відтворення колишніх прагнень, потреб і бажань. Виявлено, що в даний час в українському суспільстві не можливо виділити єдину ціннісну шкалу життєвого успіху в масовій свідомості, що є проблемою філософського осмислення. У свою чергу, категорія «життєвого успіху» являє собою потужний механізм, здатний конструювати цю ціннісну шкалу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барт Р. Мифологии / Р. Барт ; пер. с фр. С.Н. Зенкина. Москва : Изд-во им. Сабашниковых, 2000. 314 с.

2. Шайгородський Ю.Ж. Політика: взаємодія реальності і міфу : монографія. Київ : Знання України, 2009. 400 с.

3. Попова И.М. Демократия как средство идентификации и мифологизации. *Вестник ОНУ. Том 12. Выпуск 6. Социология и политические науки*. 2007. С. 13–20.

4. Воеводина Л.М. Мифология и культура. Москва : Институт общегуманитарных исследований, 2002. 384 с.

5. Рязанова С.В. Социальный миф в пространстве гуманитарного знания: научный потенциал понятия. *Религиоведение*. 2010. № 1. С. 78–89.

6. Соболева Н.И. Социальная мифология: социокультурный аспект. *Социологические исследования*. 1999. № 10. С. 145–148.

7. Mcluhan M. Culture is Our Business. Toronto : McGrawHill Book Co., 1970. 336 с.

8. Лебон Г. Психология масс. Хрестоматия. Самара : Издат. дом «Бахрах», 1998. 592 с.

9. Московичи С. Век толп. Москва : Центр психологии и психотерапии, 1996. 485 с.

10. Бурлачук В.Ф. Символ и власть: роль символических структур в построении картины социального мира. URL : https://i-soc.com.ua/assets/files/book/burlachuk/burlachuk_v_f_symbol_and_power_the_rol_of_symbolic_structures.pdf.

REFERENCES

1. Bart, R. (2000). Mifologii [Mythology]. (S. N. Zenkina, Trans). Moscow: Izd-voim. Sabashnikovyh [in Russian].

2. Shaihorodskyi, Iu. Zh. (2009). Polityka: vzaiemodiia realnosti i mifu [Politics: interaction of reality and myth]. Kyiv: Znannia Ukrainy [in Ukrainian].

3. Popova I. M. (2007) Demokratiya yak zasib identyfikatsiyi ta mifolohizatsiyi [Democracy as a means of identification and mythologization]. Vestnyk ONU. Tom 12. Vypusk 6. Sotsiolohiya ta politychni nauky. S. 13-20 [in Ukrainian].

4. Voyevodyna L. M. (2002) Mifolohiya ta kul′tura. [Mythology and culture]. M.: Ynstytut obshchehumanytarnykh yssledovanyy. 384 s. [in Russian].

5. Ryazanova S. V. (2010) Sotsial′nyy mif u prostori humanitarnoho znannya: naukovyy potentsial ponyattya [Social myth in the space of humanitarian knowledge: the scientific potential of the concept]. Relihiovedennya. № 1. S. 78–89. [in Russian].

6. Soboleva N. I. (1999) Sotsial′na mifolohiya: sotsiokul′turnyy aspekt [Social mythology: sociocultural aspect]. Sotsiolohichni doslidzhennya. № 10. S. 145–148. [in Ukrainian].

7. Mklyukhan M. (1970) Kul′tura – nasha sprava [Culture is Our Business]. Toronto: McGrawHill Book Co. 336 s. [in English].

8. Lebon H. (1998) Psykholohiya mass. Khrestomatyya [Psychology of the masses. Reader]. Samara: Zdat. dom «Bakhrakh». 592 s. [in Russian].

9. Moskovychi S. (1996) Vek tolp [Age of crowds]. M.: Tsentr psykholohiyi ta psykhoterapiyi. 485 s. [in Russian].

10. Burlachuk V. F. (2002) Symvol i vlada: rol′ symvolichnykh struktur u pobudovi kartyn sotsial′noho svitu. [Symbol and power: the role of symbolic structures in building a picture of the social world]. Retrieved from https://i-soc.com.ua/assets/files/book/burlachuk/burlachuk_v_f_symbol_and_power_the_rol_of_symbolic_structures.pdf [in Russian].

Liseienko Olena Vasylivna
PhD,
Professor at the Department of Philosophy, Sociology and Management of Socio-cultural Activity
South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky
26, Staroportofrankivska str., Odesa, Ukraine
orcid.org/0000-0002-0408-5203

Sokolova Oksana Vasylivna
graduate student of the Department of Philosophy, Sociology and Management of socio-cultura lactivity
South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky
26, Staroportofrankivska str., Odesa, Ukraine
orcid.org/0000-0001-6815-9008

MYTHOGENIC FACTORS OF FORMATION OF THE SENSORY SPACE OF CULTURE AND SOCIETY

Relevance of the topic*. Philosophical study of the development of the semantic space of culture and modern society involves a deep understanding of the role of social myths in these socio-cultural processes. Myth-making is especially intensified in the transformational society at the stage of formation of a new socio-political reality, so without understanding political and cultural mythology it is impossible to adequately understand and predict the development of modern social processes.* ***The aim of the article*** *is to analyze the role of mythogenic factors in the formation of the semantic space of culture and modern society.* ***Research methods:*** *general scientific methods of formal logic (deduction, induction, analysis, synthesis), as well as structural-functional and axiological methods are used.* ***Research results****. Analysis of the definitions of social myth, social mythology in modern philosophical discourse allowed us to present social myths as a system of semiotic values relevant to a particular socio-cultural system. It is substantiated that the formation of a social myth is associated not only with the traditions, sacred ideas and topical needs of people, but also with certain stereotypes of worldview and behavior of a particular community. The principles of actualization of myths determine the processes of globalization, the development of mass culture, the influence of the collective unconscious and archetypes. An analysis of the value and meaning of the myth of success in the range of myths that function in modern mass culture of Ukrainian society. It is noted that human success is the sum of vectors of personal and professional success. The level of personal success is represented in the degree of self-improvement and self-knowledge of man. Professional success is reflected in the degree of realization of a person's creative potential, identification of his professional vocation and, ultimately, material reward depending on the dominant model of success. It is concluded that at present in Ukrainian society it is not possible to identify a single value scale of life success in the mass consciousness, which is a problem of philosophical understanding.*

Key words: *myth, mythologizing of consciousness, myth of success, political myth, culture, society.*