

УДК 130.3

**ФЕНОМЕН РЕАКТУАЛИЗАЦИИ АРХАИЧНОГО МИФА
В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ**

С. А. Базикян

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого

Поступила в редакцию 13 апреля 2009 г.

Аннотация: в статье анализируются наиболее значимые аспекты мифа, которые, по мнению автора, определяют его способность к постоянной реактуализации. Одно из увлечений нашего времени — трактовка понятия «миф» как иллюзии, мистификации, не выдерживающей элементарного рационального анализа. Миф — явление значительно более широкое, чем любое из приведенных выше его определений. Способность мифа отражать фундаментальные образцы человеческой духовной жизни, олицетворять коллективные желания, наделять профанные вещи сакральным смыслом превращает его в универсальный феномен культуры.

Ключевые слова: миф, архетип, коллективные желания, сакральный, манипуляция.

Abstract: in the article the most significant aspects of myth, which, in the opinion the author, determine his capability for constant the renewal, are analyzed. One of the enthusiasm of our time — treatment of concept «myth» as illusions, mystification, which does not maintain elementary rational analysis. Myth — phenomenon considerably is wider than any of its given above determinations. The ability of myth to reflect the fundamental models of human spiritual life, to personify collective desires, to allot the ordinary things by sacral sense converts it into the universal phenomenon of culture.

Key words: myth, archetype, collective desires, sacral, manipulation.

Современную культурную индустрию можно с полной уверенностью назвать «индустрией парадокса»: ценностное превалирование повседневного, тяга к интеллектуализации, тотальная рационализация сопровождаются «бегством» человека от подобного научного «расколдования мира» в иррациональную «заколдованность» мифа и магии. В. Барулин очень точно отметил двуполюсность современной эпохи, назвав ее эпохой «нового племенного человека», когда непрерывное технологическое развитие соседствует с мифоподобными эрзацрелигиями, политическими мистификациями и рекламными иллюзиями. В данном контексте важно подчеркнуть, что современное мифотворчество, имея в своей основе духовное цементирующее начало архаичного мифа, наполняется абсолютно новым (не всегда позитивным) содержанием. Мифы XX—XXI веков «являются лишь кривыми отражениями мифа, которые

очень мало говорят о нем самом и должны восприниматься и пониматься скорее как синдром его вытеснения. Быть может, мифу вовсе не свойственна та иррациональность и темнота, которая одних отталкивает, а других, наоборот, притягивает» [1, с. 3].

Одно из увлечений нашего времени — трактовка понятия «миф» как иллюзии, мистификации, не выдерживающей элементарного рационального анализа. Язык называет мифом всё алогичное, сверхъестественное. Общие определения — чудо, фантазия, аллегория — имеют, конечно, некоторое отношение к мифу, но они не передают содержательную сторону такого неоднозначного феномена, как миф. Миф — явление значительно более широкое, чем любое из приведенных выше его определений. Парадоксальность мифа проявляется в том, что в нем сочетаются алогичность и фантастичность с иррационально-удивительной способностью воздействия на умы, не имеющей себе аналогов по силе убеждения. Примечательно, что мифологические образы не утрачивают своего значения и в современном социуме. Они погрубели, упростились, «опошлились», но по-прежнему способны придавать жизни волшебный смысл и творить культурные ценности, являясь источником творческого вдохновения.

В чем же загадка универсальности мифа? Следует выделить четыре наиболее значимых аспекта мифа, которые, по нашему мнению, определяют его способность к постоянной реактуализации.

1. Миф отражает фундаментальные образцы человеческой духовной жизни.

Магическая притягательность мифа обусловлена, в первую очередь, тем, что он способен упразднить обыденное время и «перемещать» человека в магику-религиозное время, к истокам возникновения всего сущего. Используя терминологию одного из самых популярных в европейской и американской «мифографии» мыслителей М. Элиаде, назовем это явление «упразднением истории». Древние культурные темы в современном обществе появляются в качестве образца, неосознаваемой мечты, которые служат основой творческого вдохновения (вспомним мифы о творении, о «золотом веке»). Большое значение для понимания этого глубинного смысла мифологии имеет психоаналитическая концепция мифа. Швейцарский ученый, основатель аналитической психологии Карл Густав Юнг вывел нуминозную притягательность мифа из содержания «архетипов» — тех первообразов, от которых ведут свое происхождение мифы. «Архетипы — это модели поведения, присущие всему человечеству, первообразы или образы, запечатленные в нашем мышлении с незапамятных времен. <...> Архетипы обладают свойством трансгрессивности («переходности»), то есть способностью в некоторых случаях проявлять себя так, как если бы они принадлежали в равной мере и обществу, и личности. Вот почему они нуминозны и заразительны (то есть легко переходят от одного индивидуума или группы индивидуумов к другому индивидууму или группе)» [2, с. 55].

К сожалению, в современном мире архетипы как выражения коллективного бессознательного утрачивают свою сакральную, смыслообразующую функцию, но очень активно используются в целях манипуляции массовым сознанием, обретая коллективно-символическую форму. Юнг очень ярко выразил эту тенденцию: «Сам по себе возросший уровень сознательности (так называемого «сознания Я», эмпирического центра всего поля осознаваемых содержаний психики, и связанного с ним мышления) еще отнюдь не гарантирует, что психическую жизнь человека нельзя свести к коллективным ее формам. Сознание может преспокойно оставаться сознанием, но при этом быть одержимым «содержаниями бессознательного», отдавая себе отчет в чем угодно, только не в этой своей одержимости» [3, с. 35]. Именно это и происходит, по Юнгу, в современном обществе с его массовой «культурой», отчуждением личности и бесконечной фабрикацией иллюзий, базирующихся на архетипах коллективного бессознательного.

2. Миф — это олицетворение коллективных желаний.

Миф возникает, когда «коллективное желание достигает небывалой силы и когда, с другой стороны, все надежды на удовлетворение этого желания привычными, нормальными средствами не дают результата. В такие моменты чаяния не только остро переживаются, но и персонафицируются. Они предстают перед глазами человека в конкретном, индивидуальном обличье» [4, с. 60]. Необузданная сила коллективной надежды в примитивном обществе воплощалась в образе культурного героя, который становился примером для подражания, идеалом, к которому можно стремиться вечно. Миф о герое, побеждающем хаос, является одним из наиболее эксплуатируемых и в современной политике. Он определяет видимую канву действий политических лидеров. В политических играх героический цикл представлен несколькими символическими фигурами, аналогичными наиболее важным классическим мифам. В зависимости от конкретной социально-политической ситуации, целей, сиюминутных ожиданий массового сознания политик выбирает себе определенную роль.

На политической сцене роль Богочеловека наиболее популярна. Универсальный миф о герое всегда, прежде всего, относится к человеку-богатырю, или богочеловеку, который побеждает зло в виде драконов, демонов, освобождая свой народ от смерти и разрушения. Образ Богочеловека возбуждает и охватывает аудиторию возвышенными эмоциями (словно магическими чарами) и возвышает человека массы до уровня идентификации с героем. Он также выступает в качестве пророка и учителя, заместителя Бога на Земле. Если мы попытаемся взглянуть на эту проблему глазами верующего, то сможем понять, насколько обычный человек может быть освобожден от своей собственной недостаточности и нищеты и наделен почти сверхчеловеческим качеством. Политический культ образует квазирелигиозную систему ритуалов, посредством которой существующая власть в лице ее представителей приобретает для массы сакральный смысл. В политической истории XX века два

великих диктатора — Сталин и Гитлер — наиболее ярко воплотили в жизнь образ Богочеловека.

Другой персонаж античной мифологии — Трансформер (Преобразователь) выступает как основатель человеческой культуры, главная сила которого зиждется в силе его ума и способности к рефлексии. Это лидер нации. Основная миссия данного образа — миссия строительства. Образ Трансформера всегда появляется в кризисных ситуациях, когда прежние социальные связи объявляются не имеющими никакой ценности и нужен новый лидер, способный вывести народ из пучины хаоса к социальной гармонии. Так, именно Б. Ельцин в первые годы своего правления олицетворял образ строителя новой России, а в современной России президент В. Путин выступал как строитель новой идеологии.

Как справедливо отметил политолог С. Поцелуев, «в любом современном обществе политический лидер становится культовой фигурой, коль скоро он начинает выступать в роли «отца нации», «гаранта демократии» или даже политического «секс-символа». В целом имидж культовых фигур в современной политике «дрейфует» между неземным образом святости, свойственным традиционным религиям, и раскованным поведением звезд шоу-бизнеса» [5. с. 20].

3. Миф — это знак культурной самоидентичности.

В архаических обществах миф выступал как средство культурной демаркации одного племени от другого. Обряд, ритуал, тотем, а соответственно, и лежащие в их основе мифы были различными в каждом отдельном племени, они закрепляли убежденность первобытного человека в уникальности своего племени, превосходстве над другими. Каждая племенная культура обладала своим языком (так называемой системой семантических шифров), который был принципиально непереводим в пространстве других языков. В этом плане показательна мифология тотемов: они закрепляли право общины на землю, среду обитания данного коллектива, при переходе к оседлому образу жизни этот вопрос имел большое значение. «Как ребенок в игре использует какие-то предметы для символического (!) изображения объектов, недоступных в конкретный момент времени, но реально существующих (!), так и примитивный человек видит в тотеме воплощение своего социума» [6]. Если в первобытном племени тотем подчеркивал резкое и фундаментальное культурное отличие представителей разных племен друг от друга, то в современном обществе такими символами являются государственные флаги и национальные гербы.

Известный философ А. Лобок дает своеобразное определение мифа как культурного шифра: «Культура — это то, что делает одинаково рожденных людей сущностно разными — в результате полученного ими второго рождения. Ведь физиологическая рожденность человека в качестве человека не дает человеку автоматического права на вхождение в тот или иной культурный мир: требуется преодолеть некий достаточно высокий энергетический барьер, обеспечивающий самоидентичность той или иной культуры. Язык культуры, миф культуры

— это и есть тот пропуск, обладание которым только и делает меня принципиально способным в этот мир войти» [7, с. 17]. А. Лобок видит высший смысл мифа в том, что именно он является «виновником» зарождения культуры. «Миф, таким образом, есть подлинное начало культуры, подлинный ее фундамент. Миф — это такая особая, базовая структура человеческой культуры и человеческого сознания, которая инициирует и стимулирует интерес человека к всепредметному миру» [7, с. 46].

Архаичная картина мира делила всё на две части, поэтому для нее была характерна тенденция к противопоставлению «своих» и «чужих». «Доисторический» человек идеализировал собственное племя: считал его основой мироздания, рассматривал его в качестве эталона порядка и гармонии. Все другие племена становились «чужаками», их образ жизни считался неправильным и аморальным, они считались виновниками всех бед. В современном обществе эта тенденция не утратила своей актуальности, а приобрела более завуалированные формы: «стереотипное деление на “своих” и “чужих” характерно для всех народов, оно позволяет экономить силы при обработке информации, упрощает распознавание “своих” по определенным параметрам, вселяет спокойствие и уверенность при наличии “своих”. Но стереотипы упрощают и зачастую искажают картину мира и образы других групп, этносов, коллективов, людей» [8, с. 50]. Древний миф о культурном превосходстве лежит в основе формирования идеологической модели «образа врага». Именно благодаря магической силе мифа о «своих» и «чужих» можно объяснить такие явления, как бесконечные поиски «врагов народа» в эпоху сталинизма и нацизма, сфабрикованный США образ СССР как «Империи зла».

В основе формирования идеологической модели «образа врага» лежит один из архетипов коллективного бессознательного — архетип Тени. Тень — это та сторона собственной личности, к которой по тем или иным причинам люди предпочитают не приглядываться. Юнг назвал это «осознанием тени». Это одна из составляющих бессознательного индивида. Люди склонны свои недостатки, открывающиеся им с помощью тени, проецировать на других, например, на политических противников. Именно с помощью активации в массовом сознании архетипа Тени политические вожаки могут с легкостью превращать людей в толпу, движимую иррациональными импульсами. Интересно в этом плане замечание М.-Л. фон Франц о том, что «тень значительно более подвержена коллективным инфекциям, чем сознательная личность. Например, пока человек в одиночестве, то всё вроде бы в порядке, но стоит «другим» начать что-то «первобытное» и «темное», и он уже опасается, что если он к ним не присоединится, то его станут считать дураком. А потому он отдается во власть влечений, которые ему в общем-то чужды» [9, с. 57].

Несмотря на очевидные отрицательные последствия активации в массовом сознании архетипического образа врага, в целом этот сюжет в каждом обществе служит наилучшим фактором для самоопределения,

самоидентификации и сплочения. «Человечество сформировалось под зонтиком разрушения богов и героев. В истории идет постоянный процесс создания и разрушения образов. И каждый период держится как на героях, так и на антигероях, которые не менее важны для стабилизации социальной системы в планируемом направлении» [10, с. 100].

4. Миф наделяет профанные вещи сакральным смыслом.

На начальной стадии развития общества предметы окружающей действительности не имели для человека сами по себе никакого значения, кроме чисто утилитарного — они использовались исключительно для удовлетворения физиологических инстинктов. Но постепенно человек выходит из своего «животного состояния» — помимо биологических, у него появляются и духовные потребности. Окружающий мир становится объектом познавательного и эстетического интереса. Предмет или действие получают посредством мифа свое индивидуальное название. Они становятся для человека сверхзначимыми за счет придания им символического, трансцендентного смысла. Еда превращается из простого физиологического акта в целое пиршество, священнодействие, некоторые камни из орудий труда превращаются в драгоценные, обладающие магической силой. «Среди множества камней один становится сакральным — и, как следствие, мгновенно начинает обладать бытием во всей его полноте — потому что превращается в частицу священного мироустройства или приобретает ману (mana), или форма его наделяется определенным символическим значением, или же он начинает напоминать о некоем мифологическом подвиге, и т.д.» [11, с. 200]. О способности мифа наделять мир множеством смыслов замечательно пишет А. Лобок: «Человек как бы удваивает природу, и к природе, которая существует сама по себе, как предпосылка, средство и условие жизни, добавляет... некую параллельную природу, в которой каждый предмет оказывается нагружен особой семантикой культурных шифров» [7, с. 25].

Подобная «акция удвоения» характерна и для современной эпохи, правда, она имеет ярко выраженный манипулятивный характер. В век промышленного изобилия товары и услуги получают характеристики, абсолютно им не свойственные, избыточные, но наилучшим образом «вводящие во искушение» и вынуждающие человека к бесконечному потреблению: «современный мир состоит из моделей и симулякров, не обладающих никакими референтами, не основанных ни в какой «реальности», кроме их собственной, которая представляет собой мир самореферентных знаков» [12, с. 45]. В эпоху товарного излишества такой «фабрикой мифов-симулякров» выступает коммерческая реклама. В условиях рыночной цивилизации именно реклама становится оптимальной сводницей между товарами и человеческими потребностями, воплощенными в этих товарах. Она наилучшим образом способна трансформировать чувственные свойства вещи в сверхчувственные: представлять видимость как действительность. Формируя спрос и стимулируя сбыт, фабрика неестественные, рафинированные вожелания и ускоряя тем

самым процессы купли-продажи, обращения капитала, реклама полностью превратилась в движущий фактор современной рыночной цивилизации среди грубого варварства потребностей.

Показательно, что в наше время бренд, марка служат идентификационными знаками не только товаров, но и людей, то есть не только вещи и слова утратили свое прямое предназначение, свой истинный смысл, но и человек все чаще предстает в виде фантома, кажимости. Политические лидеры, звезды шоу-бизнеса стремятся как можно эффективнее разрекламировать и как можно дороже продать себя на рынке личностей, зачастую абсолютно не соответствуя своему позиционируемому имиджу.

Рассмотренный выше анализ базовых аспектов мифа позволяет сделать вывод о том, что даже в условиях современной цивилизации миф продолжает активно воспроизводиться в разнообразных сферах культуры, более того, особенно популярным становится конструирование новых мифов на основе древнейших священных образов и символов. С одной стороны, процесс ремифологизации, направленный в правильное русло, очень эффективно залечивает «раны души» современного человека: в качестве творческого озарения — в искусстве и науке, в качестве образца для подражания и фундаментального смысла жизни — в христианской религии (образ всемогущего Бога, например). Но не стоит забывать о том, что миф может стать причиной диссоциации индивида. Потенциальная личность легко превращается в обезличенного человека толпы. Великие изначальные образы (такие, как архетип Героя или Бога) могут полностью поглотить человека, трансформироваться в манию величия, самообожествление — в истории развития некоторых мировых держав таких примеров можно найти множество. Изменение сознания, возвращение «человечности чувств», анализ ошибок прошлого, самокритичность — единственный путь, который способен избавить человечество от плена бессознательного и иррационального. «Если люди будут воспитаны так, чтобы отчетливо видеть тeneвую сторону своей природы, то можно надеяться, что они на этом пути научатся также лучше понимать и любить своих ближних. Когда становится меньше лицемерия и больше самопознания, то это может лишь способствовать тому, чтобы люди научились считаться со своими ближними; ибо они слишком легко склоняются к тому, чтобы несправедливость и насилие, которое они причиняют своей собственной природе, переносить и на окружающих» [3, с. 317].

Литература

1. Хюбнер К. Истина мифа / К. Хюбнер. — М. : Республика, 1996.
2. К. Г. Юнг о современных мифах : сб. трудов : пер. с нем. — М. : Практика, 1994.
3. Юнг К. Г. Собрание сочинений. Психология бессознательного / К. Г. Юнг ; пер. с нем. — М. : Канон, 1994. (История психологической мысли в памятниках).

4. Кассирер Э. Техника современных политических мифов / Э. Кассирер // Вестник МГУ. Сер. 7, Философия. — 1990. — № 2.
5. Поцелуев С. П. Символическая политика : констелляция понятий для подхода к проблеме / С. П. Поцелуев // Полис. — 1999. — № 5.
6. Скляр А. Миф о мифологическом сознании [Электронный ресурс] / А. Скляр. — Режим доступа : <http://www.lah.ru/text/sklyarov/pril4.htm>
7. Лобок А. Антропология мифа / А. Лобок. — Екатеринбург : Банк культурной информации, 1997.
8. Воеводина Л. Мифотворчество как феномен культуры : дис. ... д-ра филос. наук / Е. Воеводина. — М., 2002.
9. Человек и его символы : пер. с англ. — СПб. : Б.С.К., 1996.
10. Почепцов Г. Г. Информационно-политические технологии / Г. Г. Почепцов. — М. : Центр, 2003.
11. Элиаде М. Избранные работы / М. Элиаде. — М., 1987.
12. Ильин И. П. Постмодернизм от истоков до конца столетия : эволюция научного мифа / И. Ильин. — М. : Интрада, 1998.

*Новгородский государственный
университет им. Ярослава Мудрого*

*Базикян С. А., аспирант кафедры
философии*

E-mail: Stanislava1983@mail.ru

Тел.: 8-906-204-86-38

*Novgorod State University named after
Yaroslav Mudry*

*Bazikyan S. A., Postgraduate Student
of the Philosophy Department*

E-mail: Stanislava1983@mail.ru

Tel.: 8-906-204-86-38