

ЛІТЕРАТУРА

1. Косар Н.С., Фукс К.В. особливості маркетингової комунікаційної політики в умовах війни. Економіка та управління підприємствами, 2022.№4. С. 42 – 47. URL:
<http://srd.pgasa.dp.ua:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/10000/Fuks.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
2. Маркетингова стратегія під час війни та воєнного стану. URL:
<https://dinanta.com/blog/marketing-during-war>
3. Маркетинг здорового глузду: якими мають бути комунікації бренду в умовах війни. URL: <https://mmr.ua/show/marketyng-yakumu-mayut-buty-komunikacziyibrendu-v-umovah-vijny>
4. Класифікація цінностей та ціннісних орієнтацій особистості URL:
https://kse.ua/wp-content/uploads/2020/08/Npchdusoc_2013_225_213_7.pdf

Галина ПЕТРИШИН

*Кандидат політичних наук, доцент,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка,
Тернопіль, Україна
pgr190364@tntpu.edu.ua*

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ МІФОЛОГІЇ

Соціальна роль міфу для людини і суспільства унікальна. Він забезпечує смислове поле культури; створює смисл соціальних фактів, які стають для нас фактами свідомості; закладає програму моделей поведінки у відповідності з утвердженими в суспільстві цінностями та упорядковує соціальну реальність. Міф є важливим інструментом культури, за допомогою якого «...робиться спроба розгадати речі, які переважно неможливо зрозуміти й визначити» [4, с.368].

Соціальна міфологія трансформується в залежності від того, який аспект картини світу на певному етапі розвитку суспільства необхідно пояснити. Тому міф завжди іманентний культурному досвіду епохи і відповідно видозмінюється та «...з'являється в новому обличчі» [6, с. 15].

Проблематика, пов'язана із соціальним міфом, має місце в духовному просторі будь-якої епохи. Проте активно інтерес до феноменів соціальної міфології виявився наприкінці ХІХ – на початку ХХ століть. Актуальним вивчення соціальної міфології зробила необхідність вирішення проблем влади, формування «людини маси» та динаміка суспільних процесів, яка звернула погляди науковців до питань ролі повсякдення у процесах міфологізації соціальних аспектів життя.

На початку 21 століття при аналізі тенденцій розвитку соціальної міфології та можливостей впливу міфу на суспільні процеси, велику увагу приділяють трансформації символіки в багатьох соціальних сферах і в цьому контексті порушуються питання пов'язані зі зміною змісту самого соціального міфу. Важливо також відзначити, що в даний час проблема дослідження соціальної міфології пов'язана з вивченням механізму функціонування внутрішньої політики держав та модернізації культури. У цілому можна вказати два напрями дослідження соціальних міфів: виявлення міфологічних складових у суспільстві (Д. Кемпбелл, М. Еліаде) та дослідження питань раціоналізації соціальної міфології (Р. Барт).

Визначення соціальної міфології варіюються від використання як синоніма міфологеми до ототожнення з ідеологією. Згідно міркувань Ж. Сореля соціальний міф є функціональною складовою політико-ідеологічної свідомості і «представляє собою сукупність певних почуттів та ідей, які здатні згуртовувати людей, створювати певну поведінкову мотивацію, відповідно – спонукати людські маси до дій» [2, с.30]. В. Бурлачук визначає соціальний міф як «...набір ціннісних уявлень, втілених у наративній формі, ...моделі інтерпретації, схеми пояснення, моделі поведінки, які утворюють структуру, як сучасної, так і архаїчної свідомості» [1, с.154]. Чіткого визначення для соціальної міфології не існує. Нам імпонує визначення соціального міфу запропоноване А. Вусатюк: «Соціальний міф – це певна ідея, яка приймається на віру, узагальнене уявлення про дійсність, яке об'єднує як етичні, так і естетичні установки, з'єднуючи реальність з вигадкою» [2, с.34].

Соціальна міфологія як система є сукупністю онтологічної, гносеологічної, аксіологічної та праксеологічної підсистем. Онтологічна підсистема включає в себе уявлення про час, простір, причинно - наслідкові зв'язки, частину і ціле. До гносеологічної підсистеми входить міфологічна свідомість, міфопоетичне світосприйняття, міфомислення. Елементами аксіологічної підсистеми є уявлення про сакральне, профанне та віра. Практичну підсистему утворюють міф та ритуал, за допомогою яких можна створити у людей відчуття своєї значущості, нівелювати невдоволення владою.

Функціонування соціально-міфологічного світосприйняття, форм його прояву та рис його носіїв сьогодні значно модернізувалися і відвоювали для себе міцну нішу.

Сучасна соціальна міфологія має два рівні: «архаїчний» та «кон'юнктурний». «Архаїчний» рівень містить стійкі архетипічні образи, міфологеми, ритуали, що вироблені колективно. «Кон'юнктурний» рівень

постає як «міфологія ідей» і містить результати раціональної цілеспрямованої діяльності окремих міфотворців. «Кон'юнктурний» рівень є визначальним для розуміння сутності сучасної соціальної міфології. Однією з особливостей «кон'юнктурного» рівня сучасної соціальної міфології є акцент на осмисленні соціальної реальності з урахуванням інтересів конкретних соціальних груп та їх відношення до соціальної реальності через формування інтерсуб'єктивних групових цінностей та ідеалів, які не тільки не намагаються «...розчаклувати світ від помилкових, ідеологічних за своєю суттю, установок, а, навпаки «.. підсилюють цю ілюзорну сторону функціонально діючого в комунікативній сфері суспільства соціального міфу» [2, с. 99].

Значне місце на «кон'юнктурному» рівні сучасної соціальної міфології посідає ідеологія, що зближує її з будь-якою із сучасних форм суспільної свідомості, особливо з політикою. Остання «...певним чином «уніфікує» свідомість, ідеї, а відтак суттєво впливає на спосіб життя і поведінку громадян» [5, с.47]. Вплив політики на соціальну міфологію полягає в тому, що зміст останньої обумовлений корпоративними політичними інтересами. Наприклад, однією з характерних рис сучасної політики є зосередженість на конкретній діяльності, яка сприяє проведенню конкретних кампаній, пов'язаних із конкретною політикою чи проблемою «визнання» окремих ідентичностей.

Крім того, соціальні міфи є важливим інструментом у реалізації стратегічних цілей правлячих груп, які претендують на інкорпорування відповідної соціальної міфології у загальну картину світу. Готові «діагнози», рецепти бачення світу та шляхи подолання протиріч суспільного життя, складають конкретний зміст свідомості носія сучасної соціальної міфології.

Нині в соціальній міфології мають місце зміни уявлень про причинно-наслідкові зв'язки, про співвідношення частини та цілого. Зокрема, в міфологічній свідомості причина виводиться безпосередньо з факту, що спостерігається. Звідси походить тенденція – досить абстрактні для сучасної людини властивості репрезентувати в речовинному вигляді, що визначає властивий саме для даної галузі характер причинно-наслідкових зв'язків.

Варто також вказати, що нині практично кожна соціальна група «живе» своєю власною міфологією. Відповідно окреслюється тенденція до деякого роздроблення соціальних міфів, що певною мірою співвідноситься з поняттям «кліпове мислення».

Сприятливим середовищем для поширення міфологізованих образів, що спекулюють на сфері колективного безсвідомого, є мережевий простір суспільства. Засоби масової інформації з їхньою рекламою, піаром «зірок» масової культури та політики, ідеологічно зомбованими телешоу, забезпечують виконання того чи іншого соціального замовлення. Зміст цих замовлень найрізноманітніший – від пропаганди зразків поведінки до певних ракурсів бачення сучасних проблем.

Засоби виконання цих замовлень численні. Прагнучи викликати довіру у реципієнтів, ЗМІ часто використовують маніпулятивні технології при ретрансляції інформаційних повідомлень. Особливо це стосується ідеологічних впливів, які здійснюються з використанням соціального міфу через засоби масової комунікації [3, с.166]. Але найпоширенішими в наші дні є ті, які забезпечують масовий гіпноз чи близькі щодо нього способи обробки психіки людей. Кінцевим підсумком застосування цієї «зброї» обробки суспільної свідомості стає народження «матричного мислення».

Простором наповнення міфів новим змістом, простором поєднання традицій і нововведень є сьогодні повсякдення. У його основі закладено ті знання, які відбивають той чи інший стан діяльності людей щодо освоєння навколишньої дійсності. Ці знання та вподобання, закріплені в архетипічних зразках свідомості дії, набувають форми фіксації, в якій ілюзія свідомості переміщується з об'єктивною логікою буття. Уявлення про причинно-наслідкові зв'язки, про співвідношення частини і цілого та час представлені в міфології повсякдення практиками обміну, соціальними ритуалами, фігурами лідерів.

Ресурсом оформлення соціальної міфології є соціальна пам'ять. Саме соціальна пам'ять є важливим елементом символічного капіталу будь-якого суспільства, оскільки властивістю символічного капіталу є його легітимація минулим, підкріплення актуальних світоглядних установок зверненням до певних образів історичних подій та персонажів, які сприймаються як символічні попередники носія символічного капіталу. У процесі спогадів поодинокі факти з метою економії мислення згортаються в певні стандартизовані міфологеми.

Особливий вплив на змістовний аспект соціальної міфології мають перехідні епохи у розвитку суспільства. У такі моменти створюються можливості для розширення середовища соціальної міфології, її предмета. Оскільки правила та закони попереднього соціального простору перестають діяти, досвід передається у вигляді міфосюжетів, що базуються на системі символів. Інтерпретація символів людьми формує нові значення предметів, явищ, якості чи дії.

Є два способи впровадження міфологічних матричних схем у свідомість сучасної людини. Перший спосіб полягає в їхньому «паралельному» функціонуванні з раціональним мисленням. Другий спосіб «впровадження» міфологічного бачення світу полягає в залученні раціональної аргументації задля доказу істинності ілюзорних даностей міфологічного світосприйняття тієї чи іншої соціальної ситуації.

Ступінь включеності соціальної міфології до контексту соціальних подій залежить від здатності розв'язувати практичні суспільні та особистісні завдання, готовності людей прийняти її. Найбільш вдалим є міфи, які ґрунтуються на стійких настановах і стереотипах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бурлачук В. Символічні системи та конструювання соціального смислу // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 2004. С. 147–155.
2. Вусатюк О. Соціальна міфологія в умовах глобалізації. URL: https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/40007/Vusatiuk_dis.pdf?sequence=1.
3. Дарморіз О. Соціальний міф як засіб консолідації українців та протистояння ворожій пропаганді // Українознавчий альманах. 2016. Вип. 19. С. 165-168.
4. Костюк І. Міф як соціокультурний феномен життя: функціональне навантаження. URL: https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/21/35.pdf
5. Шаргородський Ю. URL : <https://core.ac.uk/download/pdf/32310764.pdf>
6. Cassirer E. The philosophy of symbolic forms. URL: <https://archive.org/details/CassirerE.PhilosophyOfSymbolicFormsV2/Cassirer%20%20E.%20Philosophy%20of%20Symbolic%20Forms%20V2/>

Наталія САРАЙ

*Кандидат економічних наук, доцент,
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка,
Тернопіль, Україна
nsaray@ukr.net*

УКРАЇНСЬКИЙ БІЗНЕС ПІД ЧАС ВІЙНИ: АНАЛІТИЧНИЙ ПІДХІД

Вже понад два роки Україна перебуває у стані війни. Повномасштабне вторгнення російської федерації на територію нашої країни зумовило глибоку кризу усіх сфер суспільного життя. Економіка постраждала чи не найбільше. Руйнування усталених бізнесових ланок, розрив ділових взаємин, занепад налагоджених логістичних ланцюгів, вплив кваліфікованого персоналу за кордон – це лише незначна частка проблем,