

Політичний міф як чинник трансформації політичної свідомості

У статті автор аналізує політичний міф у контексті трансформації політичної свідомості суспільства; його взаємозалежність від політичної ідеології як символічного поля політики.

Ключові слова: політична міфологія, політична свідомість, політична ідеологія, теорія політики.

В статье автор анализирует политический миф в контексте трансформации политического сознания общества, его взаимозависимость от политической идеологии в качестве символического поля политики.

Ключевые слова: политическая мифология, политическое сознание, политическая идеология, теория политики.

Терміни “політична ідеологія” і “політична міфологія” використовуються у ”тандемі” для аналізу змін у суспільній свідомості, у процесі переосмислення політичних ідеалів і цінностей. Такий перебіг зумовлений тим, що в умовах нестабільності політичної системи актуалізується проблема пошуку нового методологічного інструментарію, який би допоміг зрозуміти, а відтак і подолати невизначеність подальшого розвитку суспільства і політики. За таких обставин ідеологія неспроможна “самотужки” створити несуперечливий образ політичної реальності. Тому в нагоді стає міфологія як засіб орієнтації у політичному середовищі та чинник впливу на політичну свідомість і політичне життя суспільства загалом.

“Будь-яка міфологія ідеологічна, будь-яка ідеологія міфологічна”. У такий спосіб, перефразовуючи відомого французького соціолога Ж.-А. Астри, дослідники (зокрема, Ю.Шайгородський, В. Пивоев та Є. Прокоф’єв [1; 2]) прагнуть висвітлити взаємозв’язок цих значущих складових політичної суспільної свідомості. Наявність такого взаємозв’язку очевидна; він існує на інституційному рівні в структурі світогляду. Дискусії ж виникають з іншого приводу, а саме: як міфотворчість впливає на формування сучасних ідеологічних засад? Чи може політична міфологія відігравати провідну роль у формуванні нових політичних орієнтацій і цінностей? Якою мірою міфи використовуються як засіб політичних маніпуляцій?

До вияву характерних ознак політичної ідеології та міфології долучаються фахівці з різних галузей знань, зокрема, філософи, політологи, психологи, соціологи, культурологи тощо. Починаючи з А. Шопенгауера, З. Фройда, К. Юнга, Е. Фромма, М. Еліаде, К. Леві-Строса [3; 4; 5; 6; 7; 8] й до сьогодні, науковці ведуть пошук відповідей на неоднозначні питання щодо співіснування міфології та ідеології.

Неоднозначними, а точніше – багатозначними є самі ці поняття, тому й існує чимало їх визначень. Зокрема, ідеологія, за влучною метафорою англійського політолога Т. Інглтона, це – текст, в якому поєднуються різні концепції та який переосмислюється в історичному процесі. Як система ідей і цінностей, ідеологія втілюється в різних формах політичної свідомості, що вирізняються своїм предметом, рівнем відображення інтересів та потреб певного соціального суб'єкта і своєю соціальною функцією. Ідеологією пронизана, насамперед, політична свідомість, але не меншою мірою й економіка, право, мораль і релігія. У науковому плані неможливо обійти ідеологію, досліджуючи та узагальнюючи взаємодії на рівні суспільної свідомості, соціальних відносин і колективної поведінки. Водночас, саме ідеологія концентрує основні ідеї, що застосовуються для оцінки існуючої політичної системи та політичних відносин, для їхнього можливого вдосконалення чи суттєвих змін. За допомогою ідеології стає можливим об'єднання соціальних груп на підставі спільних політичних цінностей і переконань. Ідеологія, зрештою, є способом орієнтації в політичному середовищі. За цього вона певним чином “уніфікує” свідомість, ідеї, а відтак, суттєво впливає на спосіб життя і поведінку громадян. А “сфабриковані” чи міфологізовані ідеї часто використовуються для легітимації існуючого політичного ладу. У такий спосіб “хибна свідомість” (за К. Марксом) призводить до спотворення як політичної реальності, так і загальної світоглядної картини. Цьому також сприяють суттєві зміни в розвитку ідеологічного дискурсу сучасності, для якого характерним є процес розмивання ідеологічних традицій, формування в кращому випадку **інтегрованих**, у гіршому – **гібридних** ідеологій.

Прикладом змістової трансформації є переосмислення ідеології **лівих**. На сьогодні її частіше називають “стихійною новою лівою” ідеєю. Її прихильники дійсно є лівими, оскільки виступають за державну власність і державний контроль; справді є стихійними – вони не мають єдиної теоретичної платформи, а також – новими, оскільки намагаються відійти від марксизму-ленінізму і наблизитися до ліберально-демократичної ідеології [9, с. 17].

За даними дослідження, проведеного консалтинговою компанією в галузі стратегічних комунікацій “The PBN Company” на замовлення журналу “Кореспондент”, українські політичні партії отримали оцінки від 1 до 10 щодо їх лівизни: 1 – **крайня ліва** (максимальне втручання держави в економічну політику), 10 – **крайня права** (мінімальна роль держави) партія. У такий спосіб дослідники, аналізуючи передвиборчі програми, намагалися встановити рівень економічного лібералізму партій [10]. В результаті блок “Наша Україна – Народна самооборона” одержав 7 балів (в програмі блоку – ідеї розвитку малого і середнього бізнесу, підтримка фермерів, приватизація державної власності та землі через відкриті аукціони тощо). У Партії регіонів – 6 балів (розвиток великого бізнесу та розширення податкових пільг, приватизація державних підприємств тощо). Економічний лібералізм БЮТ отримав оцінку 4,5 бала. Не дивно, що найвищий бал лівизни (1 бал) у КПУ, що відстоює необхідність переважно бюджетного фінансування багатьох сфер економіки.

Поєднання ж ідей соціал-демократії та лібералізму є, з одного боку, свідченням тенденції до інтеграції основних політичних цінностей, з іншого – вказує на складність сучасних процесів ідеологічної ідентифікації. Засадові **цінності**, які донедавна були критерієм класифікації політичних ідеологій – рівність, народовладдя (комунізм); свобода, справедливість, солідарність (соціал-демократія); сім’я, релігія, мораль (консерватизм) тощо, – за теперішніх обставин набули універсального значення, проте не стали ще загальнонаціональними, не зважаючи на їхню унормованість Конституцією. Водночас можна спостерігати посилення процесу символізації політики, а відтак – і формування нового розуміння ідеології, за допомогою якої можна буде проаналізувати це символічне середовище. Тепер, на думку англійського дослідника Дж. Б. Томпсона, аналіз ідеології спрямовується не стільки на вивчення системи поглядів і переконань певних політичних груп, скільки на дослідження специфіки функціонування символічних явищ у суспільстві, насамперед – у політичній сфері [11]. Власне ідеологія постає вже як система не лише ідей, але й образів, знаків і навіть речей, наповнених особливим змістом певних політичних подій.

Неоднозначне тлумачення ідеології та її сучасного статусу не в останню чергу зумовлено тим, що не існує теоретичної моделі, здатної системно інтерпретувати ідеальну сферу політики. Такі змістово різні поняття, як “суспільна свідомість”, “цінності”, “переконання”, “комунікації”, “дискурс” тощо, відображають

лише окремі аспекти політичної активності людини. Для формування цілісної світоглядної системи необхідно конструктивно поєднати ідеологію з іншими формами соціальної свідомості. У протилежному випадку вони почнуть витісняти одна одну. Йдеться, зокрема, про політичну ідеологію і політичну міфологію, які стають справжніми “конкурентами” у символічному світі політики.

Ціннісна парадигма, прийнятна для переважної більшості громадян, є найважливішим принципом і, водночас, основним інструментом суспільних реформ. Не випадково, метою будь-якого політичного режиму є прагнення сформувавши таку систему цінностей, яка стане орієнтиром для широкого загалу населення. За цього, для реалізації окресленої мети, уможливується два варіанти: перший – переорієнтація на нові цінності і другий – переоцінка вже існуючих.

За умов своєрідного ціннісного “вакууму” в суспільстві, коли одні ідеї і теорії втратили актуальність, а інші ще або не сформувалися, або тільки стають предметом для освоєння, постає етап, найсприятливіший для міфологізації політики. Злам ціннісної системи, що за багато років свого існування набула ознак “раціональної”, актуалізує міфологічну складову масової свідомості, яка прагне спертися на ірраціональні сили. Саме в цей час відбувається оформлення, постанови політичних міфів. Що ж слугує основою для політичної міфотворчості? В основі політичних міфів лежать, по-перше, несвідомі страхи, очікування та надії, незреалізовані бажання і прагнення як окремих особистостей, так і соціальних груп, і, по-друге, потреба чіткості і спокою, цілісності і зрозумілості образу світу, впевненості у тому, що зміни, які відбуваються за різних темпоральних швидкостей, є доцільними.

За цього варто звернути увагу на два моменти. Перший. В ситуації прагнення до створення єдиного, цілісного світогляду, прийняттого для суспільства, коли є відсутніми засоби реалізації цього прагнення, виникає сучасний політичний міф. Другий. В умовах невизначеності політичний міф починає діяти як своєрідний захисний механізм соціуму.

Яскравою ілюстрацією означених процесів стали події кінця 1980-х – початку 1990-х років, що відбувалися на теренах СРСР. Досить швидко було дискредитовано комуністичну ідеологію як раціональну конструкцію. Проте її міфологічна складова й досі використовується в політичній міфотворчості. Міфи комуністичної ідеології “живуть усередині” нових і, здавалося б, далеких від неї ідеологічних доктрин.

Привабливість тієї чи іншої ідеї, ступінь її сприйняття суспільством прямо залежить від ступеня її міфологічності. Саме вона полегшує сприйняття закладених в ідеологію сенсів за рахунок ірраціональності.

Сьогодні важко уявити політичну діяльність, котра цілком ґрунтувалася б на раціональних засадах. У цьому випадку політичний міф використовується як інструмент для конструювання політичної реальності, вибудови нової ціннісної системи. Саме тому будь-яку ідеологічну доктрину неможливо аналізувати, виходячи лише з її змісту. Ось чому ідеологія є своєрідним результатом соціокультурної міфотворчості, а її успіх значною мірою залежить від “рівня” цієї творчості.

Вагоме місце у формуванні періоду міфотворчості належить *виборчим кампаніям*. Не випадково науковці, аналізуючи цей політичний процес, часто звертаються до проблеми міфу у виборчій кампанії. За цього доцільним є використання поняття “центрального міфу виборчої кампанії”. Це, так би мовити, основний стрижень виборчого процесу, на який нанизуються всі передвиборчі події. Через центральний міф проходять усі інформаційно-комунікаційні обміни виборчої кампанії. В ньому логічно поєднуються основні іміджеві риси кандидата, моделі поведінки цільових груп виборців, ключові програмні принципи, передвиборчі гасла тощо. Майже в кожній кампанії відроджуються процеси героїзації кандидатів. Їхні біографічні дані ретельно переглядаються, свідомо виокремлюються та акцентуються на деяких з них (наймолодший, але вже досвідчений політик, у ранньому віці став керувати стратегічним підрозділом, очолив впливовий громадський рух тощо). Таким чином, у процесі проходження виборчої кампанії все життя кандидата подається як ланцюг подій і фактів, пов’язаних із утвердженням добра і справедливості.

Отже, міф виконує в передвиборному процесі шereg функцій. Він, по-перше, пропонує людям приклади для наслідування, тобто формує певну модель поведінки. По-друге, через міф, як зауважував З.Фрейд, “нам повідомляється, яким чином щось відбулося” [6, с. 12] чи відбудеться. По-третє, міф допомагає вирішити головне завдання будь-якої передвиборчої кампанії – окреслити межі “свого” і “чужого” електорату, чітко зафіксувати у свідомості виборців опозиційні сили, яким, можливо, слід протидіяти.

Образність та емоційність міфу забезпечують його впізнаваність, тому міфологеми набагато краще запам’ятовуються, ніж

ідеологеми. Ідеологія не в змозі так швидко пристосуватися до динамічної поведінки громадян, які переглядають свої потреби і водночас залишаються прихильниками усталених ідей і цінностей. У такому випадку ідеологія витісняється іншими формами політичної свідомості, зокрема – політичною міфологією.

Важливою передумовою виокремлення різних ознак ідеології та міфології є використання ними набору певних символів, а відтак створення *символічного поля політики*. Символічним змістом наповнюються такі речі, як атрибути влади (скіпетр і держава), символічними стають певні постаті (уособлення перебудови – М. Горбачов, перший Президент України – Л. Кравчук), події (“помаранчева революція”), дати (День Конституції, День незалежності, День соборності України). Враховуючи, що головними політичними акторами в Україні з 2006 року вважаються політичні партії, поведінка їхніх представників певною мірою є зразком для формування символічного простору політичних комунікацій. Більше того, в цьому просторі виникають символічні норми поведінки, наприклад, блокування парламентської трибуни з метою вирішення певних політичних питань або у випадку незгоди з думкою опонента; “межування силового поля” прапорцями у парламенті різними політичними силами тощо.

Власне, ідеологія і міф самі є формами символізації політичного простору. Спільно вони створюють певний комплекс орієнтаційних символів, за допомогою яких відбувається взаємодія влади з громадськістю (участь у прийнятті державних рішень, реалізація виборчого права, здійснення політичних акцій тощо). Такий підхід дає підстави для розуміння тенденції щодо втрати ідеологією на сучасному етапі своїх лідируючих позицій порівняно з міфологією.

При цьому слід врахувати ще одну так звану *матрицю форматування та поширення політичних символів*. Такою, на думку російського політолога О. Соловйова, все більше стає “політична рекламістика” [12, с. 31]. Основними міфологемами, які активно використовуються в політичній рекламі, стають дихотомії “втрата – здобутки”, “руйнування – відродження”, а також міфологічні герої, символічні предмети тощо. Рекламні сюжети наповнені символікою кольорів, чоловічого та жіночого начал, статусних ролей тощо. Засоби масової інформації, які переважно виконують роль поширювача політичної реклами, самі символізуються і позиціонуються як “четверта влада”. Це уможливорює вироблення ними їх власного бачення ідеологічних засад тієї чи іншої політичної сили. Стосовно ж поширення, а іноді

й створення міфів, то ЗМК і політшоу впевнено посідають чільне місце в системі політичних комунікацій.

Ще одним сприятливим чинником для перемоги міфології над ідеологією за сучасних обставин стає розширення віртуального простору. Донедавна віртуальність вважалася інновацією в українському політикумі. Однак як символічне середовище новою її можна назвати з певними застереженнями. Свого часу Т.Парсонс називав гроші, владу, вплив, ціннісні орієнтації посередниками соціальних комунікацій. Всім цим посередникам завжди була властивою віртуальність у значенні “ідеальності” (знаковості, символу, еквівалента). Особливістю сучасної віртуальності є її високотехнологічність: комп’ютерне віртуальне середовище – це новий посередник всіх колишніх соціальних зв’язків, у тому числі й символічних (своєрідна “віртуальність у квадраті”). Переосмислюючи у зв’язку з цим вплив традиційних засобів масової інформації (радіо, телебачення, газети, журнали), вже можна говорити про всебічний розвиток віртуальності як місця зосередження універсальних дискурсивних практик. ЗМІ стали основним полем поширення політичної мови, політичної культури, цінностей, інших явищ, притаманних сучасній політичній системі. Однак з появою новітніх інформаційних і телекомунікаційних технологій цей процес набув нових ознак: віртуальне середовище виокремилася в структурі політичних комунікацій, а сам “віртуал” став своєрідним споживачем інформації, яка формує відповідний “віртуальний дискурс”.

Віртуальність творчо комбінує різноманітні явища, які в реальному житті не представлені разом. Вона дозволяє поєднувати речі, які, на перший погляд, не мають нічого спільного. Якщо міфологічний кентавр міг бути присутнім “віртуально” лише в уяві стародавньої людини, то відтепер у віртуальній реальності можна розташувати будь-які фрагменти політичної дійсності.

Отже, формується принципово новий тип символічного існування людини, культури, соціуму. Всі символи людського співіснування відтепер можуть бути відтворені й перетворені в цьому новому символічному просторі. Приміром, деякі дослідники вживають слово “віртуальний” у значенні “паралельний”: Віртуальні (паралельні) світи дозволяють нам докладніше досліджувати, так би мовити, “тонку структуру” такого складного й дотепер концептуально майже “невловимого” процесу буття, як вільне становлення, виникнення зовсім нових структур, яких раніше ніде й ніколи ще не існувало. Це означає, що символічна діяльність людини розширюється й багаторазово посилюється.

Причому, якщо соціальні явища потрапляють у віртуальний світ, то вони змушені підкорятися віртуальним законам. Відтак віртуальність починає виступати основою всіх інших світів (у їх потенційній формі). Виникає сприятливий ґрунт для створення нових міфологем, які швидко поширюються віртуальним середовищем, схвально сприймаються віртуалами та опосередковано впливають на некористувачів мережевого простору.

Міф актуалізує дещо призабутий жанр соціально-політичної умови, що максимально зближує політичну міфологію і політичну ідеологію у пошуку оптимальних моделей політичного, а відтак соціального порядку. Оптимальна модель соціально-політичного порядку уможлиблювала б гармонійне поєднання цінностей різних поколінь, особистісних та суспільних інтересів. У такому значенні політична міфологія виступає, передусім, як засіб моделювання нового образу політичної реальності, який може втілитися в концептуальних положеннях нової політичної ідеології. Остання все більше нагадує узагальнене (характерне для суспільства загалом) бачення різноманітної політичної ситуації. Сучасна людина зорієнтована на ідеологію здебільш як на форму проєктивної поведінки, пов'язаної з вирішенням конкретних політичних завдань. Це є доказом того, що світоглядна функція ідеології не завжди буває ключовою. Вона актуалізується за певних умов та для конкретних політичних суб'єктів. Посилення ролі економічних, правових, моральних складових інтересів громадян послаблює позиції ідеології як провідної форми символізації політичного простору та виводить на перший план не теоретичний, а чуттєвий конструкт, який є засадничим принципом політичної міфології.

Як окремий вид міфотехнологій окреслюється **політичний брендинг**. Так, за успіхом таких відомих в Україні політичних брендів, як Народний рух України, Комуністична партія України стоять міфологеми “відродження національної самосвідомості” та “відновлення історичної справедливості”. Окремо слід відзначити популярний в Україні прийом експлуатації міфологічно-архаїчного протиставлення “свій – чужий” (Блок Віктора Ющенка “Наша Україна”, Блок “Не Так!” тощо). Взагалі протиставлення як таке є одним з сутнісних принципів політичної конкуренції. Протиставляючи владу і опозицію, тих, хто при владі, і тих, хто хоче її здобути, творці політичних міфів постійно прагнуть подати політичні суперечності як боротьбу добра і зла, “темних” і “світлих” сил, справедливості та несправедливості (“Справедливість є – за неї варто боротися” (БЮТ), “Україна не буде

країною бідних людей” (Блок В. Литвина), “Закон один для всіх” (Наша Україна – Народна самооборона), “Україна – для людей” (Партія Регіонів) тощо).

Як бачимо, політична реальність дедалі більше символізується, що уможливорює поєднання в одну систему ідеологічних та міфологічних конструктів. Іншими словами, політичні суб’єкти, виходячи з наявних ресурсів (інтелектуальних, технологічних, інформаційних тощо), можуть використовувати різні механізми символізації й, на їх підставі, вибудовувати свої комунікаційні стратегії. За цього варто взяти до уваги, що політичні міфи довговічніші, завдяки їхній архетиповій основі. Ідеології не є усталеними, вони з часом переглядаються. Крім того, в процесі політичної соціалізації людині притаманно змінювати свої ідеологічні переконання.

Вищевикладене дозволяє зробити висновок, що ідеологія є, з одного боку, механізмом втілення результатів розумової діяльності, певних теорій та концепцій у соціальну практику, а з іншого – полем політичної діяльності суб’єкта, її відображенням, певною рефлексією та раціоналізацією світобачення. Політична ж міфологія більше тяжіє до емоційно значущих для всіх громадян політичних орієнтирів, побудованих на підставі певної архетипної та світоглядної концепції, покладеної в основу політичної поведінки індивідів і груп, посилюючи їх ірраціональну складову.

Спільне та відмінне у міфологізації та ідеологізації політичної свідомості простежуються на рівнях: а) онтологічному (міф як генетична основа ідеології), б) гносеологічному (теоретична рефлексія та образне сприйняття), в) праксеологічному (і міф, і ідеологія спонукають до певних дій у політичному середовищі), г) аксіологічному (обидві форми суспільної свідомості засновуються на ціннісному вимірі). Крім того, політичній міфології більше притаманна “спонтанність” розвитку, незалежність від волі осіб та інститутів, причетних до її створення. Це зумовлено тим, що політична міфологія формується в процесі взаємодії ідеологічної доктрини з існуючими стереотипами суспільної свідомості. Зрештою, і ідеологія, і міфологія є важливими елементами символічного світу політики, завдяки чому обидві вони націлені на формування ціннісної та світоглядної парадигми.

Список використаних джерел

1. Пивоев В.М. *Философия и психология политики: Учебное пособие.* –Петрозаводск, 1991. – 133 с.

2. Прокофьев Е. Взаимосвязь политической мифологии и политической идеологии как важный фактор общественной жизни современного российского общества // Символические парадигмы модернизации культурного пространства: Материалы Всерос. науч. конф. 10-11 октября 2006 г. – Новгород, 2006. – С.137–139.
3. Шопенгауэр А. Мир как воля и представление / Пер. с нем. – М.: ООО «Попурри», 1999. – 832 с.
4. Фрейд З. Введение в психоанализ: Лекции. – М.: Наука, 1989. – 455 с.
5. Юнг К.Г. Человек и его символы. – М., 2006. – 352 с.
6. Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности / Пер. с англ. Э.М. Телятникова. – М.: АСТ, 2004. – 635 с.
7. Элиаде М. Аспекты мифа / Пер. с франц. – М.: Академический проект, 2000. – 224 с.
8. Леви-Строс К. Первобытное мышление / Пер. с франц. А.Б. Островского. – М.: Республика, 1994. – 384 с.
9. Шайгородський Ю., Меркотан К. Трансформація політичних цінностей у світлі української багатопартійності / Політичні партії України: В 3 т. / Уклад.: Ю. Шайгородський. – К.: Український центр політичного менеджменту, 2005. – Т. 1. – С. 6–31.
10. Корреспондент измерил градус левизны украинских партий. – Режим доступа: <http://korrespondent.net/business/205372>. – Заголовок з екрану.
11. Thompson J.V. Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication. – Cambridge: Polity; Stanford: Stanford UP, 1990. – 345 p.
12. Современные тенденции развития символического пространства политики и концепт идеологии (Материалы дискуссии) //Полис. – 2004. – № 4. – С. 28–51.

In the article the author examines the political myth in the context of the transformation of political consciousness of society, and its interdependence on the political ideology as a symbolic field of policy.

Key words: political mythology, political consciousness, politychnv ideology, policy theory.

Отримано: 03.12.2009