

DOI: 10.22363/2313-2272-2021-21-4-711-721

Проблема демаркации мифологических сообщений в коммуникативном пространстве современной культуры: междисциплинарный подход*

О.Н. Стрельник

Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198
(e-mail: strelnik-on@rudn.ru)

Аннотация. В статье анализируется миф как элемент социальных коммуникаций, воспроизводимый в архаике и в современности. Цель анализа — поиск критериев, по которым можно выделить мифологические сообщения в общем корпусе коннотативных сообщений. Эмпирическим «полем» выступает сфера масс-медиа. Автор придерживается междисциплинарных принципов исследования и представляет в статье экспозицию различных подходов к изучению мифа, некоторые идеи которых могут быть объединены в междисциплинарном синтезе. В современной культуре миф остается одним из актуальных способов конструирования смысла. И в современном, и в архаическом мифе выражает себя единый тип мышления, логика которого не сводится к «логике эмоций» или научной нормативности. В статье проводится различие между нормальными и «превращенными» формами мифа и утверждается, что проблема демаркации мифологического возникает исключительно в отношении «превращенных» форм. В остальных случаях миф, при всей его видимой вездесущности, остается побочным продуктом коммуникаций, не искажает их основного содержания и не «паразитирует» на их форме. В статье проводится аналогия между тем, как функционирует мифологическое мышление в архаике, и способами формирования мифологического содержания в сообщениях современных средств массовой информации (далее — СМИ). Автор приходит к выводу, что в мифологических сообщениях искажается исходная функциональная направленность СМИ: функция информирования в «превращенной» форме (масс-медиа + миф) подменяется функцией мотивирования. Код масс-медиа «информация/не информация» искажается, ценностно-нагруженные смыслы выдаются за системы фактов, а образ реальности — за саму реальность. Задача демаркации мифологических сообщений решается путем фиксации искажения содержания исходной формы культуры и подмены ее функций. Наличие такой трансформации является необходимым, хотя и недостаточным критерием отграничения мифологических сообщений в коммуникативном пространстве современной культуры.

Ключевые слова: миф; коммуникация; мифологическое мышление; мифологическое сообщение; функции мифа; мифотворчество; «превращенная» форма мифа; квази-форма; масс-медиа; культурная форма; код, междисциплинарный подход

Теоретические основания решения проблемы демаркации мифологических сообщений

Прояснение природы мифа трудно назвать новой задачей. Миф и мифологическое остаются предметами осмысления на протяжении всей истории

* © Стрельник О.Н., 2021

Статья поступила 22.05.2021 г. Статья принята к публикации 28.09.2021 г.

философии. В «критике» мифа философия устремляется к некоторому внешнему для нее предмету и проясняет собственную специфику, происхождение и границы. Философский анализ формы мифа, а не его конкретного содержания или эффективности частной мифотворческой технологии остается актуальной теоретической задачей, которая может решаться на путях междисциплинарного синтеза. Исследования мифа и мифологического мышления проводились на разных дисциплинарных основаниях, и, вероятно, междисциплинарный диалог способен продвинуться в понимании этого предмета дальше, чем описание эффективности разного рода манипулятивных технологий. Далее представлены ключевые концепции мифа, которые классифицированы по «дисциплинарному» принципу (возможны иные основания классификации при решении других исследовательских задач).

Антропологический подход объединяет исследователей, которые рассматривают миф исключительно как элемент первобытного сознания. Миф может пониматься по-разному: выражение бессознательной фантазии древнего человека и одушевление природы (Э.Б. Тайлор) [24], проявление дологического мышления (Л. Леви-Брюль) [10], «теоретический» аспект магии, выраженный в виде ритуального текста, «слепок» ритуала (Д.Д. Фрэзер) [26], переживаемая первобытным человеком реальность доисторических событий, воспроизводимая в обрядах и ритуалах (Б. Малиновский) [16].

Представителей *лингвистического подхода* объединяет взгляд на миф как на языковой феномен: язык предшествует мифу, миф произведен от языка. Миф может пониматься как «болезнь языка» (М. Мюллер), как производная по отношению к языку система, специфическое словесное произведение, простейший акт познания, в котором субъективный образ вещи не отделяется от самой вещи (А.А. Потебня) [22. С. 240–243, 259], как истолкование природных явлений путем перенесения на них психических свойств человека (миф существует только в рамках религиозного культа и представляет собой не только языковой, но и психологический феномен (А.Н. Веселовский) [2. С. 302]).

Социологический подход «выводит» миф из социальной коммуникации, понимая его как отражение социального устройства, «коллективную галлюцинацию», первую форму коллективного понимания и переживания социальной реальности, т.е. мифологическое мышление сосредоточено в коллективных представлениях (Э. Дюркгейм) [32], инспирируемых группой у ее членов. Мифология — результат рубрикации мира, основанный на социальной детерминации, классификация, которая черпает свои принципы в религиозных верованиях, а не в научных понятиях.

Философско-психологический подход рассматривает миф как первобытную синкретическую форму сознания, результат объективации аффектов и эмоций, которые не осознаются как субъективная деятельность и переносятся на природу (олицетворяющая апперцепция) (В. Вунд) [4]. Мифологическое мышление объединяет в себе чувственно-образные и абстрактно-понятийные компоненты, и есть допонятийное мышление образами (В.М. Найдыш) [19].

Субъект такого мышления «не обладает способностью соотносить себя с объектом, не осознает себя как носителя сознания, не включает себя в процесс познания, не умеет мысленно преобразовывать ту систему координат, в которой находится, и вносить в результат познания поправки на особенность своей позиции» [18. С. 33]. Миф предстает как неразвитая форма сознания, преодолена в рамках общей логики развития культуры от «мифа к логосу» (Ф.Х. Кессиди) [8. С. 41], но может воспроизводиться в массовом сознании в кризисные моменты.

Философско-культурологический подход — это линия теоретической реабилитации мифа. Его представителей объединяет отношение к мифу как к самоценному способу бытия и восприятия действительности, основанию культуротворчества. Миф рассматривается как поэтическая мудрость древнейших времен, в которой знание не отделено от умения (В. Вико) [3]; повторение процесса природы в человеческом сознании (Ф.В. Шеллинг) [28]; способ бытия (А.Ф. Лосев) [12] и система мышления (К. Хюбнер) [27], которые имеют непреходящую ценность, и потому этот опыт следует постигать из него самого; сакральная реальность и история — источники жизненных сил культуры (М. Элиаде) [29]; «упакованная» в образы и метафоры традиция (М.К. Мамардашвили) [17]; имагинативный объект мифа не только выдумка, но и познанная тайна объективного мира (Я.Э. Голосовкер) [5]. Добавим, что названных философов объединяет и то, что для них миф, будучи культурным, социальным и антропологическим феноменом, все же отчасти тайна.

Символический подход представлен концепцией Э. Кассирера: в отличие от представителей философско-культурологического подхода, он строит не онтологию, а гносеологию, понимая миф как автономную форму культуры с особой логикой. Миф — замкнутая самодостаточная символическая система, форма мышления, в которой происходит исторически первое упорядочение реальности. Мифологическое мышление — особый способ объективации чувственных данных, когда мысль остается в плену чувственного (ощущений и восприятий) [7], что, впрочем, не умаляет ценности мифа как одной из форм культуры.

Психоаналитический подход рассматривает миф как результат функционирования бессознательного, но далее позиции различаются. Миф понимается как коллективная фантазия невротического происхождения (З. Фрейд) [25], параноидальная структура, символически замаскированные остатки социально неприемлемых желаний и фантазий наций (О. Ранк) [23], воплощение коллективного бессознательного, высказывание бессознательной души о самой себе (К.Г. Юнг) [30], выражение архетипических стадий формирования сознания (Э. Нойманн) [21], общая матрица личностного роста, которая неизменно воспроизводится в обрядах инициации, древних мифологиях, сказках и снах отдельных людей (Дж. Кэмпбэлл) [9].

Семиологический подход определяет миф как один из способов означивания реальности, феномен одновременно всеобщий и повседневный, внутри- и

внелингвистический. Миф понимается как первичный язык, с помощью которого человек моделирует мир и самого себя (Ю.М. Лотман) [13], как язык, в котором смысл отделился от языковой основы, и суть мифа — рассказанная в нем история, а смысл определяется не отдельными элементами, а способом их комбинации (К. Леви-Строс) [11], как вторичная семиологическая система, которая надстраивается над естественным языком, деформируя и «похищая» его (Р. Барт) [1].

Социально-политический (политологический) подход является основой большинства современных исследований мифа, в которых акцентируется социальная специфика мифа, прежде всего мифа политического (П.С. Гуревич, А.М. Цуладзе, Н.И. Шестов, В.С. Полосин, А.Н. Савельев, А.М. Лобок, С.Г. Кара-Мурза, Г.Г. Почепцов, А.Н. Колев, А.В. Веретевская, Д.И. Гигаури, К.Ф. Завершинский и др.). Зарубежные авторы изучают приемы политического PR и пропаганды, медиа-манипуляции, мифотворчество в рекламе, политических и рекламных коммуникациях, т.е. исключительно в прикладном ключе. Миф в рамках этого подхода понимается как скрытая часть идеологии, средство манипуляции сознанием, система ложных «фактов», которые в массовом сознании предстают как истина, а мифотворчество интерпретируется как практика создания, распространения и поддержания политических иллюзий.

Эвристический потенциал многих из перечисленных концепций мифа не исчерпан и может быть реализован в междисциплинарном исследовании вопросов, связанных с функционированием мифа в современной культуре, в частности, при решении проблемы демаркации мифологических сообщений в общем корпусе коннотативных сообщений на примере сферы масс-медиа. Но прежде — несколько тезисов, на которых базируется наша интерпретация. Во-первых, попытки выдворить миф в сферу иллюзорного, вымышленного и «ложного» приводят к тому, что философия и наука обнаруживают давно поведенного, казалось бы, противника в собственных рядах. Подлинное ограничение власти мифологического начинается с признания роли мифа не только в архаике, но и в современности (философско-культурологический, символический и семиологический подходы).

Во-вторых, миф не является «недоразвитой» формой сознания, но, напротив, остается одним из способов конструирования человеческой реальности и устойчивым типом социальной коммуникации, одним из способов конструирования смысла (социологический, социально-политический и семиологический подходы).

В-третьих, в мифе (архаическом и современном) выражает себя единый тип мышления, логика которого не сводится к «логике эмоций» или нормативности научного мышления (символический подход Э. Кассирера).

В-четвертых, миф — это сообщение (семиологический подход), расшифровка и понимание смысла которого требуют прежде отграничения мифологических сообщений от любых других (языковых, религиозных, политических и пр.) в контексте социальной коммуникации, понимания их

специфики и функций. Семиологическая концепция Р. Барта предлагает эффективные методологические инструменты, будучи, с одной стороны, теорией медиа и массовой коммуникации, а, с другой, концепцией современного искусственно конструируемого мифа. Однако слабым местом модели Барта является отождествление всех коннотативных сообщений с мифологическими, что не позволяет выявить специфику именно мифологических сообщений [1. С. 243–249].

В-пятых, миф — элемент социальной коммуникации, воспроизводимый и в архаике, и в современности. «Выведение» мифа из социальной коммуникации характерно для социологического подхода, например, для Н. Лумана: «Для всех подсистем общества границы коммуникации... являются внешними границами общества. В этом и исключительно в этом подсистемы согласованы друг с другом. К этой внешней границе может и должна подсоединяться всякая внутренняя дифференциация, учреждая для отдельных подсистем различные коды и программы... Отличаясь в своих способах осуществления коммуникации, они отличаются и друг от друга» [15. С. 82].

В-шестых, необходимо различать нормальные и «превращенные» формы мифа: в первом случае миф находится в собственной сфере и выполняет свои культурные функции, во втором случае происходит смешение различных форм культуры, искажение их содержания и функций. В качестве примера «превращенной» формы культуры можно рассматривать политический миф, как он описан в работе Э. Кассирера «Миф о государстве» [31]. Политический миф появляется в результате оскудения или блокады символической способности, это своеобразный кентавр, возникающий из смешения трех элементов — мифа, технических навыков и политической силы, тогда как нормальное состояние культурного универсума предполагает автономное существование этих символических форм. Другими примерами «превращения» и смешения мифа с иными формами в современной культуре являются квазинаука (миф + наука) и квазилитература (миф + философия), где наблюдается существенное изменение базовых форм (наука, философия), смена их оснований, структуры и содержания, утрата основополагающих функций и в итоге не совсем очевидная роль. Отличить исходную форму от ее квазиформы без специальной теоретической рефлексии сложно, тем более что границы между ними часто относительны, а возможность «перетекания» одной в другую не исключена [20. С. 72].

В-седьмых, проблема демаркации мифологического возникает исключительно в отношении «превращенных» форм культуры, и ее решение находится посредством фиксации и анализа искажений содержания и функций культурных форм — когда используются чуждые для подсистемы общества (формы культуры) коды и программы. Так, современный миф традиционно сосуществует с религией и искусством, маскируется под науку (квазинаука), идеологию (политический миф), искажая исходную культурную форму, завоевывает пространство масс-медиа и социальных медиа. Кроме того, в современной

культуре появились «сегменты», где мифологические сообщения стали базовыми, например, реклама и отчасти PR. Все это — многообразные проявления мифологического. Проблема демаркации возникает исключительно в отношении «превращенных» форм мифа, когда происходит наложение, искажение или замена кодов. В остальных случаях миф либо находится «в собственной сфере», либо остается побочным продуктом коммуникаций, не искажая их основного содержания и не «паразитируя» на их форме.

Таким образом, решение проблемы демаркации мифологических сообщений следует искать на базе междисциплинарного синтеза идей символического семиологического и социологического подходов.

Мифотворчество в сфере масс-медиа и критерии демаркации мифологических сообщений

Миф — начальная фаза развития культуры, а потому он менее всего знаком современному человеку в том смысле, что в современности мы чаще имеем дело с его «превращенными» формами. У мира непосредственного опыта современного человека, мира повседневных практик, множество мифологических черт. Мифологические мотивы обнаруживаются «вплоть до структуры нашего мировосприятия, т.е. вплоть до той области, которую мы с наивной точки зрения обычно считаем собственно “действительностью”» [7. С. 27]. Сфера медиа — именно тот случай, когда нормальная и «превращенная» формы культуры сосуществуют в едином пространстве, перетекание одной в другую происходит почти незаметно, и лишь при специальном анализе можно зафиксировать использование чуждых кодов, искажение содержания и подмену функций.

Миф в современности, если речь не идет о его «превращенных» формах, при всей видимости его вездесущности, есть побочный продукт медийных коммуникаций. Он является подчиненным элементом сообщений социальных медиа, книг, фильмов, телерепортажей, фотографий и пр., он не вытесняет полностью их содержания и не паразитирует на их форме. В случае «превращенных» форм, напротив, миф становится основным продуктом коммуникации, мифотворчество — самоцелью, миф узурпирует культурную форму (медиа), вносит свой код и «наполняет» ее собственным содержанием.

Отталкиваясь от теоретического фундамента того философского анализа, который провел Кассирер, можно выделить несколько существенных свойств мифологического мышления и, используя метод аналогии, сформулировать критерии, которые позволяют маркировать мифологические сообщения в общем универсуме коннотативных сообщений масс-медиа.

Во-первых, в научном мышлении образование понятий происходит путем схватывания устойчивых существенных свойств вещей, сравнение и извлечение общего, понятие — это форма мысли, в которой обобщены и выделены предметы по общим и значимым для них признакам. Однако эмпирические данные могут быть упорядочены разными способами в зависимости от точки

зрения, с которой они рассматриваются, считает Кассирер, а понятие — это не продукт сходства вещей, а условие полагания такого сходства. В мифологическом мышлении в процессе формирования понятий реализуется неосознаваемая функция выделения отдельного, бросающегося в глаза свойства вещи или явления и фиксации внимания на нем. Кассирер называет ее функцией «замечаемости». Такое «выхватывание» фиксирует внимание на определенном содержании, что создает основу для его познания. «Эта черта обособленности, этот характер “необычайности” существенны для каждого содержательного элемента мифологического сознания как такового, они прослеживаются от низшей до высшей ступени, от магического мирозерцания... до чистейших проявлений религии» [7. С. 90].

Мифологическое понятие формируется на основе выхватывания отдельных необычных, но не существенных свойств вещи, и кристаллизации смысла вокруг них. Аналогично осуществляется спонтанное и сознательное мифотворчество в масс-медиа. В недифференцированном информационном целом СМИ выхватывают частное неординарное событие, которое тиражируется и подается как общая «естественная» норма. СМИ в данном случае как автономная сфера современного общества решают задачу самовоспроизводства, что невозможно без интереса публики к медийному контенту. Именно неординарность представляемого и тиражируемого события привлекает внимание аудитории. Иными словами, решая задачу самосохранения, СМИ конструируют мифологические сообщения, в которых единичное и неординарное подается как естественный закон, общее правило или норма.

Во-вторых, сущностной особенностью мифологического мышления является «смешение» уровня образов и представлений, с одной стороны, и уровня вещей, с другой [6. С. 76]. Аналогично возникает мифологический эффект в работе СМИ, причем даже без специального умысла мифотворчества. Многократное повторение картинки, которую предлагают масс-медиа, и текста, который ее сопровождает, приводит к тому, что представление о реальности, которое фиксируется в визуальном образе и тексте, воспринимается как сама реальность, а образ и слово не обозначают, а существуют. Как в архаическом мифе нет противопоставления изображения и вещи, так и в мифологических сообщениях, конструируемых и транслируемых СМИ, нет противопоставления картинки и реальности. Там, где рациональное мышление видит игру слов и образов, мифологическое мышление (современное или архаическое) обнаруживает тождество сущностей. Отсутствие у потребителя медийного контента дистанции по отношению к предлагаемому образу приводит к тому, что конвенциональное маскируется под естественное. Чем сложнее система масс-медиа, тем больше у нее возможностей создания «реальности», далекой от объективного мира, своеобразной «трансцендентальной иллюзии» [14. С. 13], которую публика воспринимает как мир как он есть сам по себе.

В-третьих, принцип подведения единичного под общее — одно из оснований теоретического научного мышления, а основная его тенденция —

постепенное расширение содержания, движение от единичного и особенного к общему. Принцип мифологического мышления — напротив, сжатие содержания, и все, что не попадает в фокус, не замечается, остается для такого мышления невидимым. Аналогичный механизм — селекция тем (сжатие содержания) — обнаруживается и в производстве сообщений СМИ. Масс-медиа могут осветить любые факты, однако в информационную повестку попадают только некоторые из них. Из миллиона событий в фокус попадают сотни, выбор определяется ценностными фильтрами, которые искажают реальность, выдавая ограниченный набор фактов и их интерпретаций за полную картину происходящего, т.е. СМИ не фиксируют данное, а определяют, что именно «дано». Масс-медиа маркируют реальность, задавая сначала то, что будет считаться интересным, а затем через череду повторений — истинным. Подобное «сжатие содержания» происходит и в сознательном мифотворчестве, и без такой цели, когда не сами участники процесса (личности) диктуют информационную повестку, а повестка «диктует» им. «Сжатие содержания» и последующая мифологизация происходят и на уровне индивидуального восприятия. Человек замечает и отдает приоритет тем событиям и интерпретациям, которые подтверждают его привычную точку зрения, соответствуют сложившимся ценностям. Все, что не укладывается в эту схему, воспринимается в лучшем случае болезненно, в худшем — отбрасывается. «Сжатие содержания» происходит и при создании мифологических сообщений, и при их восприятии — это проявление того же процесса маскировки ценностного под естественное, «истории» — под «природу», смысла — под факт или систему фактов.

У медиа нет функции познания реальности, они «руководствуются не кодом истинное/ложное, но даже в их когнитивных программных областях подчиняются коду информация/не информация... Исключение неистинного не является существенным. В отличие от научной, масс-медийная информация не подвергается такой рефлексии, при которой... неистинное должно быть исключено еще до того, как утверждается истина» [14. С. 62]. Эта особенность обнаруживается и в мифологических сообщениях: исключение неистинного в них не играет никакой роли. Функция мифологических сообщений — ценностное означивание, в результате которого некоторый смысл выдается за систему фактов. Этот смысл связан с определенными ценностями и целями, он маркирует нечто как реальное, фиксируя как объективное и естественное то, что является лишь образом (картиной) реального. В мифологических сообщениях мы всякий раз имеем дело с маскировкой ценностного содержания под естественное и безусловное, не с описанием действительности и представлением вещей, а с эмоциональным воздействием и трансляцией ценностей. Мифологические сообщения обращены к эмоциям и подталкивают к действиям, их главная цель — не информировать или развлекать, а мотивировать.

Масс-медиа являются весьма эффективным инструментом конструирования мифологических сообщений и трансляции мифологического содержания в силу того, что создают правдоподобную символическую реальность, у

которой может не оказаться оснований в объективной действительности. Однако из-за многократного повторения символическая реальность воспринимается как гиперреальная. Посредством повторяющихся сообщений медиа вовлекают людей в общее смысловое пространство, которое формирует восприятие, а затем мотивирующие установки и действия.

В контексте социальных коммуникаций мифологические сообщения могут быть одновременно средством общения и передачи информации, но главным образом они являются инструментом влияния. Таким образом трансформируется и содержание, и исходная функция медиа: информирование в квазиформе заменяется мотивированием. Наличие подобной трансформации можно считать необходимым, хотя и недостаточным критерием демаркации мифологических сообщений в коммуникативном пространстве современной культуры. Достаточным можно было бы считать обнаружение определенного кода или кодов, которые формируют мифологическое сообщение.

Библиографический список

- [1] *Барт Р.* Мифологии. М., 2000.
- [2] *Веселовский А.Н.* Историческая поэтика. М., 1989.
- [3] *Вико Дж.* Основания новой науки об общей природе наций. М., 2018.
- [4] *Вунд В.* Проблемы психологии народов. М., 2018.
- [5] *Голосовкер Я.Э.* Логика мифа. М., 1987.
- [6] *Кассирер Э.* Философия символических форм. Т. 1. М., 2002.
- [7] *Кассирер Э.* Философия символических форм. Т. 2. М., 2011.
- [8] *Кессиди Ф.Х.* От мифа к логосу: Становление греческой философии. СПб., 2003.
- [9] *Кэмпбэлл Дж.* Тысячелетний герой. СПб., 2017.
- [10] *Леви-Брюль Л.* Сверхъестественное в первобытном мышлении. М., 2015.
- [11] *Леви-Строс К.* Структурная антропология. М., 2011.
- [12] *Лосев А.Ф.* Диалектика мифа. М., 2008.
- [13] *Лотман Ю.М.* Статьи по семиотике культуры и искусства. М., 2002.
- [14] *Луман Н.* Реальность массмедиа. М., 2005.
- [15] *Луман Н.* Общество как социальная система. М., 2004.
- [16] *Малиновский Б.* Магия, наука и религия. М., 2015.
- [17] *Мамардашвили М.К., Пятигорский А.М.* Символ и сознание. Метафизические рассуждения о сознании, символике и языке. М., 1997.
- [18] *Найдыш В.М.* Мифотворчество в деятельности сознания // Вопросы философии. 2017. № 5.
- [19] *Найдыш В.М.* Философия мифологии XIX — начало XXI в. М., 2004.
- [20] *Наука и квазинаука.* М., 2008.
- [21] *Нойманн Э.* Происхождение и развитие сознания. М., 1998.
- [22] *Потебня А.А.* Слово и миф. М., 1989.
- [23] *Ранк О.* Миф о рождении героя. М., 2020.
- [24] *Тайлор Э.Б.* Первобытная культура. М., 1989.
- [25] *Фрейд З.* Психология масс и анализ человеческого «Я». СПб., 2018.
- [26] *Фрэзер Д.Д.* Золотая ветвь. М., 2019.
- [27] *Хюбнер К.* Истина мифа. М., 1996.
- [28] *Шеллинг Ф.В.* Философия мифологии. Т. 1. СПб., 2013.
- [29] *Элиаде М.* Аспекты мифа. М., 1996.
- [30] *Юнг К.-Г.* Душа и миф: Шесть архетипов. Киев, 1997.
- [31] *Cassirer E.* Der Mythos des Staates. Frankfurt a. M.; 1994.
- [32] *Durkheim E.* The Elementary Forms of Religious Life. Oxford; 2008.

DOI: 10.22363/2313-2272-2021-21-4-711-721

On the demarcation of mythological messages in the communicative space of contemporary culture: An interdisciplinary approach*

O.N. Strelnik

RUDN University
Miklukho-Maklaya St., 6, Moscow, Russia, 117198
(e-mail: strelnik-on@rudn.ru)

Abstract. The article considers myth as an element of social communication reproduced in both archaic and modern times. The author seeks criteria for identifying mythological messages in the general corpus of connotative messages. The empirical ‘field’ of the search is the mass media. The author follows the interdisciplinary research principles and presents a combination of various approaches to the study of myth. In the contemporary culture, myth remains one of the most relevant ways for constructing meaning. In both modern and archaic myths, there is a single type of thinking, the logic of which is not limited to the “logic of emotions” or scientific normativity. The author distinguishes normal and ‘transformed’ myths, and argues that the demarcation of the mythological is needed exclusively for ‘transformed’ myths. In other cases, despite its obvious ubiquity, myth remains a by-product of communications, does not distort their main content and does not ‘parasitize’ on their form. The article draws an analogy between how mythological thinking functions in the archaic and the methods for forming mythological content in the contemporary mass media. The author comes to the conclusion that the initial functional orientation of the mass media is distorted in mythological messages: in the ‘transformed’ media (media + myth), the function of informing is replaced by the functions of motivation. The mass media code ‘information/not information’ is distorted, values are presented as systems of facts, and the image of reality as reality itself. The demarcation of mythological messages can be achieved by identifying the distortion of the content and functions of the original form of culture. Such a transformation is a necessary but insufficient criterion for identifying mythological messages in the communicative space of contemporary culture.

Key words: myth; communication; mythological thinking; mythological message; functions of myth; myth-making; ‘transformed’ form of myth; quasi-form; mass-media; cultural form; code; interdisciplinary approach

References

- [1] Barthes R. *Mifologii* [Mythologies]. Moscow; 2000. (In Russ.).
- [2] Veselovsky A.N. *Istoricheskaya poetika* [Historical Poetics]. Moscow; 1989. (In Russ.).
- [3] Viko G. *Osnovaniya novoj nauki ob obshhej prirode natsij* [Principles of the New Science Concerning the Common Nature of Nations]. Moscow; 2018. (In Russ.).
- [4] Wundt W. *Problemy psikhologii narodov* [Psychology of Nations]. Moscow; 2018. (In Russ.).
- [5] Golosovker Ya.E. *Logika mifa* [The Logic of the Myth]. Moscow; 1987. (In Russ.).
- [6] Cassirer E. *Filosofiya simvolicheskikh form. T. 1* [The Philosophy of Symbolic Forms. Vol. 1]. Moscow; 2002. (In Russ.).
- [7] Cassirer E. *Filosofiya simvolicheskikh form. T. 2* [The Philosophy of Symbolic Forms. Vol. 2]. Moscow; 2011. (In Russ.).

* © O.N. Strelnik, 2021

The article was submitted on 25.05.2021. The article was accepted on 28.09.2021.

- [8] Cassidy F.Kh. *Ot mifa k logosu: Stanovlenie grecheskoj filosofii* [From Myth to Logos: The Formation of Greek Philosophy]. Saint Peterburg; 2003. (In Russ.).
- [9] Campbell J. *Tysyacheliky geroj* [The Hero with a Thousand Faces]. Saint Petersburg; 2017. (In Russ.).
- [10] Levy-Bruhl L. *Sverhestestvennoe v pervobytnom myshlenii* [The Supernatural in Primitive Thinking]. Moscow; 2015. (In Russ.).
- [11] Levi-Strauss K. *Strukturnaya antropologiya* [Structural Anthropology]. Moscow; 2011. (In Russ.).
- [12] Losev A.F. *Dialektika mifa* [The Dialectics of the Myth]. Moscow; 2008. (In Russ.).
- [13] Lotman Yu.M. *Statyi po semiotike kultury i iskusstva* [Articles on the Semiotics of Culture and Art]. Moscow; 2002. (In Russ.).
- [14] Luhmann N. *Realnost massmedia* [The Reality of the Mass Media]. Moscow; 2005. (In Russ.).
- [15] Luhmann N. *Obshchestvo kak sotsialnaya sistema* [Society as a Social System]. Moscow; 2004. (In Russ.).
- [16] Malinowski B. *Magiya, nauka i religiya* [Magic, Science, and Religion]. Moscow; 2015. (In Russ.).
- [17] Mamardashvili M.K., Pyatigorsky A.M. *Simvol i soznanie. Metafizicheskie rassuzhdeniya o soznanii, simvolike i yazyke* [Symbol and Consciousness. Metaphysical Reasoning about Consciousness, Symbolism, and Language]. Moscow; 1997. (In Russ.).
- [18] Najdysh V.M. Mifotvorchestvo v deyatelnosti soznaniya [Myth-making in the activity of consciousness]. *Voprosy Filosofii*. 2017; 5. (In Russ.).
- [19] Najdysh V.M. *Filosofiya mifologii XIX — nachalo XXI v.* [The Philosophy of Mythology in the 19th — Early 20th Century]. Moscow; 2004. (In Russ.).
- [20] *Nauka i kvazinauka* [Science and Quasi-Science]. Moscow; 2008. (In Russ.).
- [21] Neumann E. *Proiskhozhdenie i razvitie soznaniya* [The Origin and History of Consciousness]. Moscow; 1998. (In Russ.).
- [22] Potebnya A. A. *Slovo i mif* [Word and Myth]. Moscow; 1989. (In Russ.).
- [23] Rank O. *Mif o rozhdenii geroya* [The Myth of the Birth of the Hero]. Moscow; 2020. (In Russ.).
- [24] Tylor E.B. *Pervobytnaya kultura* [Primitive Culture]. Moscow; 1989. (In Russ.).
- [25] Freud S. *Psikhologiya mass i analiz chelovecheskogo 'Ya'* [Group Psychology and the Analysis of the Ego]. Saint Petersburg; 2018. (In Russ.).
- [26] Frazer J.G. *Zolotaya vetv* [The Golden Bough]. Moscow; 2019. (In Russ.).
- [27] Hubner K. *Istina mifa* [The Truth of Myth]. Moscow; 1996. (In Russ.).
- [28] Schelling F.W. *Filosofiya mifologii. T. 1* [The Philosophy of Mythology. Vol. 1]. Saint Petersburg; 2003. (In Russ.).
- [29] Eliade M. *Aspekty mifa* [Aspects of the Myth]. Moscow; 1996. (In Russ.).
- [30] Jung K.-G. *Dusha i mif: Shest arxetipov* [Soul and Myth: Six Archetypes]. Kiev; 1997. (In Russ.).
- [31] Cassirer E. *Der Mythos des Staates*. Frankfurt a. M.; 1994.
- [32] Durkheim E. *The Elementary Forms of Religious Life*. Oxford; 2008.