

**ПРОБЛЕМА МІФОЛОГІЗАЦІЇ МАСОВОЇ СВІДОМОСТІ В  
ТЕКСТАХ КУЛЬТУРИ**

Соціум як певне живе утворення нічого не забуває. Щоб зрозуміти соціум цілком, необхідно розкодувати хочаб деякі фрагменти його родової пам'яті, навчитись зчитувати інформацію про нього, його "генетичний досвід" [3,8]. Але при цьому слід пам'ятати, що однією з властивостей соціуму як нелінійної системи є здатність забувати своє минуле, тому людське суспільство постійно "переписує" свою історію, створює нове її бачення, що відповідало б потребам сьогодення [3,8]. Переосмислення історико-культурних принципів організації людського життя, морально-політичних і соціально-психологічних механізмів його трансформацій у поєднанні з досягненнями класичних наукових знань ХХ століття може бути продуктивним на шляху пошуку Україною свого майбутнього.

Одним із завдань соціологічних, соціолінгвістичних, культурологічних досліджень має стати якомога повніше вивчення всіх впливів і причинних зв'язків, що зумовлюють комплексні реакції соціума на долю та навколишнє середовище. Якщо додамо також і теоретичні та практичні дослідження у зоні кроскультурних зіставлень текстів культури, до яких, безумовно, належать підручники історії, краєзнавчі тексти загалом, то можна було б сподіватись на певні результати дослідження спадкових якостей спільнот. Краєзнавчий текст як жанр прагматичний є дзеркалом національної свідомості певної нації і містить у собі та, власно кажучи, будується на архетипах, притаманних даній культурі. Вони виражаються в наборі аксеологічних ознак та певних символів, які беруть участь в реалізації прагматичної функції краєзнавчого тексту, тобто в залученні читачів до певної системи культурних цінностей та настанов. І якщо теоретична розробка краєзнавчого тексту як жанру вже достатньо відома [2;4;5;7;8], то вивчення прагматичного потенціалу краєзнавчого тексту як одного з типів креолізованих текстів у кроскультурному зіставному аспекті залишається малодослідженим.

Оскільки прагматика текста базується на складних глибинних конструктах, що утворюють трансісторичний архетиповий “образ” народу, вважаємо за доцільне провести аналіз особливостей функціонування символів простору як найбільш архаїчної та стабільної символічної групи, яка зберігає своє значення в загальнолюдській символіці й дотепер. Крім цього, вивчення своєрідності національної спільноти може виражатися найбільш відкрито та рель’єфно у зіставленні з іншою. Тому аналіз функціонування символічної групи простору (базовими типами символів є групи центру, свого/чужого простору, контакту і кордону) проводиться в кроскультурному аспекті, а саме у зіставленні українських та американських (США) краєзнавчих текстів загальним обсягом близько 200 сторінок кожний, написані групою авторів відповідними мовами.

Серед символів простору в українському краєзнавчому тексті більше 40% складають символи свого/чужого простору. Це свідчить про те, що протягом майже всього історичного розвитку держава не мала єдиного центру; більш того, сама країна була розділена на частини, підпорядковані “чужим” центрам, або “центр” штучно нав’язувався українському народові. Проте ніколи не гасла надія на об’єднання саме навколо національного “центру”.

Поділена на “шматки”, Україна набувала нових центрів, але вони вже сприймалися як чужі. Саме тому домінуючою підгрупою символів групи свого/чужого простору є “поселення (місто)”.

Підкреслимо і роль харизматичних лідерів, які історично нав’язувалися українському народові.

З перевагою у силовій сфері “чужі” лідери експлуатували український народ, чим ще більше загострювали прагнення народу до незалежності. Поняття “чужої” харизматичної особистості нерозривно пов’язане з її чужерідною національністю, особливостями побуту і, звідси, “іншим” виглядом та одягом. Тому маркована лексика представлена групою символів “тіло”.

Українці завжди залишалися на власній землі, не вдираючись в інші території, не чинячи лиха чужим народам. Самі ж українці відповідали загарбникам зі своєї землі, відривавшись від праці. Несхильність до війни, жага мирного співіснування – про все це свідчать майже зовсім немарковані підгрупи символів “ліс (болото)” і “дорога”.

Про перевагу духовних цінностей над матеріальними свідчить майже 100% показник функціонування підгрупи “харизматична особистість” в групі символів “свого” простору. Українці завжди характеризувалися як віруюча нація з високим рівнем людської моралі.

В американському краєзнавчому тексті символи свого/чужого простору в цілому тексті складають близько 30,6%. Це і не дивно, адже увесь розвиток американської історії пов’язаний із захопленням та колонізацією Північно-американського континенту. “Чужий” простір – це навіть територія сусідньої колонії, яку, однак, необхідно захопити, підкорити і приєднати до своєї.

Домінують підгрупи символів “тіло” і “харизматична особистість”. Наявність великої кількості лідерів пов’язана із прагненням до гегемонії, жадобою до влади кожної більш-менш оформленої адміністративної одиниці. Місцеве населення повинно завжди підкорятися завойовникам, які сформуєть “велику націю”. Не може йтися про мирне співіснування окремих етносів – всі мають виконувати накази “великих американців”, визнаючи “американську велич” [7, 54; 8, 169].

Про високий рівень духовності свідчить високий показник вживаних символів підгрупи “харизматична особистість”, проте майже 10% належить до підгрупи символів “тіло”. В тексті цей показник ґрунтується на прикладах, пов’язаних з існуванням безлічі релігійних напрямів і сект, які були сформовані для реалізації і закріплення нових норм моральної поведінки нової американської нації, іноді ігноруючи при цьому визнані загальнолюдські норми.

Символи центру є початком символічного шляху, але в той самий час – і його закінченням. Центр – це те місце, навколо якого рухається Всесвіт. Від

його кордонів починає розповсюджуватися “чужий” простір. Розглянемо український краєзнавчий текст. Найбільш частотна маркована лексика належить до так званої підгрупи “Батьківщина” (54,9%) – *“Гетьман переконався в надійності союзу з татарами і не бачив іншого виходу. Росію і Україну об’єднувала в той час зацікавленість у поразці Речі Посполитої. Істотне значення мала також спільна православна віра, хоча українська церква підкорялась константинопольському патріархату, а російська – московському”*[1,147]. Далі за показниками частотності використання вживається лексика таких підгруп: “сад (поле)” (17,8%), “поселення (місто)” (13,7%), “харизматична особистість” (4,9%), “тіло” (4,2%), “ферма” (2,9%), “дерево” (1,3%). Такі символічні підгрупи, як “одяг”, “дім”, “ліс”, “дорога”, “гора”, “небо” повністю відсутні.

Констант “Батьківщина” в українській культурі включає такі компоненти, як біль за свою землю, природне багатство, власну землю, рідну людину і рідне слово. Отримані результати підтверджують теоретичні положення.

По-перше, підгрупа “Батьківщина” складає близько 55% усіх символів групи “центр”. Додамо до цього “сад/поле”, “поселення (місто)”, “ферма”, “дерева” і ми отримаємо близько 90%. Отже, констант “Батьківщина” є одним із центральних в українській культурі як уособлення священної землі пращурів. Високий показник підгрупи “сад(поле)” свідчить про реалізацію таких компонентів константу “Батьківщина”, як біль за “свою землю” і “природне багатство”. Сільське господарство було і залишається важливим та актуальним для українського народу та України як аграрної держави. Отримавши від Бога багату родючу землю, українці завжди мали користь від природного багатства, примножуючи його тяжкою працею. Батьківщина для українців завжди уособлювалася як велика і могутня країна, славу якої складають величні стародавні міста. Українці – нація, яка переважно мешкала у сільській місцевості і займалася сільським господарством, тому поняття одягу не є актуальним, одяг має допомагати людині працювати, а не бути даниною моди

(згадаємо, наприклад, одяг українських селян, який носив як правило утилітарний характер).

Перейдемо до американського тексту.

Найбільш маркованою є підгрупа “тіло” (43,3%) – *“Of course the slave could not slow his labor too much, because the owner enjoyed a monopoly of force and violence. Whites throughout the South believed that Negroes “can’t be governed except with the whip”* [6,58].

Далі слідує “харизматична особистість” (25,3%) – *“The presence of the two organized groups, not yet parties in the modern sense but nevertheless active contenders for office, made the presidential election of 1796 the first that was seriously contested. To succeed Washington, the Federalists put forward the candidacy of Vice President John Adams, with the diplomat Thomas Pinckney of South Carolina as his vice-presidential running mate”* [6,115]; “поселення (місто)” (10,9%) – *“By the 1740s, blacks constituted more than 10 percent of the population of New York City, Newport, Rhode Island, and other cities.”* [ibid.]; “одяг” (3,2%), “дім” (2,4%), “сад(поле)” (2,3%), “Батьківщина” (1,2%); “дорога”, “гора” і “дерево” становлять менше 1%. Зовсім відсутні групи “ліс(болото)”, “небо”.

Символічні підгрупи, які складають констант “Батьківщина”, становлять разом близько 28%. На наш погляд, показник дещо низький, але на це є пояснення. Для американської нації не існує єдиного поняття Батьківщина. Для кожного американця Батьківщиною генетично є країна, з якої він походить. Проте мало хто називає якусь, наприклад, європейську країну своєю Батьківщиною, бо американська культура своїм прагненням до незалежності раз і назавжди відмежувалася від європейського минулого зі спробою утворення власних міфів, легенд і героїв.

Домінування в символиці центру підгрупи символів “тіло” свідчить про давню історію глибоких класових, етнічних і навіть статевих протиріч в американському суспільстві. Реалізація “великої американської мрії” сприяла розвитку класової нерівності, утворивши тоненький прошарок неймовірно багатих, звинувачуючи основну масу населення в тому, що причина їхніх

зліднів – лінощі. Європейці за походженням захопили керівні посади в політиці і бізнесі, перетворивши на рабів афроамериканців...

Разом з тим, високий показник підгрупи “тіло” свідчить про те, що американці вважають свою націю неперевершеною у всіх відношеннях, звідси бажання нав’язати всьому світові свої ідеали, норми, що пояснює засилля американських товарів та послуг у всьому світі.

У сільському господарстві перевага надається фермерству, землеробство не вважається престижним.

Розглянемо особливості функціонування константи “харизматична особистість”. Найяскравіше констант “харизматична особистість” реалізується через символіку контакту. Так, символіка “харизматичної особистості” складає 57%, “тіло” – 32,9%, “поселення (місто)” – 7,9%, “Батьківщина” – 1,6%, “ферма” – 0,5%. Всі інші групи не представлені. Половина всіх символів контакту припадає на групу “харизматична особистість”. Ми одержуємо майже 90%, якщо нації регламентується додамо групу “тіло”.

Загалом відомо, що внаслідок міжособних воєн і вторгнень іноземних армій Україна весь час перебувала у тяжкому стані. Тому поява на політичній арені яскравої особистості сприймалася народом з великими надіями на визволення і перехід на новий рівень розвитку. Такі люди з’являлися увесь час, вони ставали на чолі певної групи і намагалися змінити існуючий стан речей. Свідомість української нації колективістська, тому ідеологічна дія іншого етносу може досить легко впливати “на маси, не підготовлені до опору”. Саме поняття народу є збираним ірреальним, воно вібрало в себе ідеалізовані риси святого правдошукача, захисника і годувальника як притаманних рис для ідеальної харизматичної особистості України.

Розглянемо символи групи контакту в американських краєзнавчих текстах.

Серед підгруп символів групи контакту домінують “харизматична особистість” 47,3%, “тіло” 35,3%; рідко вживані – “Батьківщина” 6%, “поселення (місто)” – 4,5%, “одяг” – 2,2%, “дорога” – 1,8%, “ферма” – 1,5%,

“сад(поле)” – 0,7%, “ліс(болото)” – 0,3%. Зовсім відсутні “дім”, “дерево”, “гора”, “небо”.

Символи, які входять до константи “харизматична особистість” (“тіло”, “дорога” та власне “харизматична особистість”) складають разом близько 87% від усіх символів контакту.

Відомо, що в глибинах національної свідомості будь-якої нації живе міф про свою національну винятковість. Американська винятковість базується на принципі “вільної” людини в “країні рівних можливостей”. Тобто цінуються особистісні якості як єдина умова успіху у “вільному” суспільстві. На ґрунті таких цінностей виникає культ сильної особистості, який призвів до появи міфа про супермена.

Значна відмінність між кількістю символів контакту по горизонталі і по вертикалі свідчать про те, що основою американського суспільного життя є матеріальні цінності, а не духовні, а досягнення матеріальних цінностей часто може не відповідати етичним нормам. Духовна і матеріальна сфери існують в американському суспільстві окремо одна від одної. Прагматизм, бажання нажитися і владарювати домінує в реальних поведінкових цінностях американського суспільства, яке давно загубило ключі від універсальної вселюдської Традиції й прагне домінувати на Землі без того необхідного рівня саморефлексії, духовності та етичності, яке й може дати право на володарювання [3:12].

Американці живуть за принципом власної винятковості і неперевершеності, виступаючи у ролі не працівників, а керуючих; американська нація вважає не тільки за доречне, а й за необхідне звести до своїх норм норми життя інших народів. Отже, ідеалом харизматичної особистості для американців є вільна людина, яка має хист очолювати групи людей; це сильна особистість, ініціативний і хоробрий супермен, який може і повинен привести і підняти націю до нового рівня, доводячи її переваги і неперевершеність у Всесвіті.

Наведений аналіз демонструє, по-перше, глибинні соціокультурні та психоповедінкові ознаки певного соціуму, а, по-друге, доводить притаманну краєзнавчому текстові можливість впливати на колективне безсвідоме імпліцитно рекламуючи той чи інший спосіб життя. Тому, вивчення подібних типів текстів з точки зору їх соціокультурних конструкцій, які породжують поняття, образи, символи та поведінкові установки, за допомогою яких маніпулюють масами, вважається актуальним у сфері гуманітарних наук.

#### Література

1. *Алексєєв Ю.М., Вертегел А.Г., Даниленко В.М.* Історія України. – К.: МНВП “Теал”, 1993. – 232с. 2. *Бородкин Л.И.* Контент-анализ и проблемы исторических источников. – М.:Наука, 1986. –236с. 3. *Донченко О., Романенко Ю.* Архетипи соціального життя і політика (Глибинні регулятиви психополітичного повсякдення): Монографія. – К.: Либідь, 2001. – 334с. 4. *Лебон Г.* Психология народов и масс. – СПб.: «Олден-Пресс», 1995. – 216с. 5. *Лотман Ю.М.* Структура художественного текста. – М.: Наука, 1970. – 248с. 6. *Norton M.B., Katzman D.M., Escott P.D., Chudacoff H.P., Paterson T.G. and others.* A People and a Nation. A History of the United States (volume A). – Boston: Houghton Mifflin Company, 1988. – 328p. 7. *Packard V.* The Hidden Persuaders. – N.Y.: Penguin books, 1998. – p.41-94. 8. *Winter D.G.* Personality and Foreign Policy: historical overview of research// Political Psychology and Foreign Policy. – Boulder: Enigma, 1992. – p.133-177.

#### Заявка

на участие в Международной конференции

«Итоги и перспективы развития литературы и литературоведческой мысли XX века. К 200-летию Харьковского университета и



филологической школы факультета»

1. Демецкая Владислава Валентиновна

2. Тема: «Проблема міфологізації масової свідомості в текстах культури»

3. Доцент, кандидат филологических наук

4. Докторант кафедры русской и зарубежной литературы, Таврический национальный университет, г. Симферополь

5. д.т.(0552) 264979