

УДК 316.65+19.00.02
DOI 10.23683/2227-8656.2017.6.17



**РОЛЬ МИФА И АРХЕТИПОВ
В ФОРМИРОВАНИИ
МЕТАЯЗЫКА
ИДЕОЛОГИЧЕСКОЙ
СИСТЕМЫ**

Сампиев Исрапил Магометович

Доктор политических наук, профессор,
заведующий кафедрой социологии
и политологии Ингушского
государственного университета,
г. Магас,
e-mail: israpil@yandex.ru



**THE ROLE OF MYTH
AND ARCHETYPES
IN THE FORMATION OF THE
METALANGUAGE OF THE
IDEOLOGICAL SYSTEM**

Israpil M. Sampiev

Doctor of Political Sciences, Professor,
Head of the Department of Sociology
and Political Science,
Ingush State University,
Magas,
e-mail: israpil@yandex.ru

Букетова Нурсулу Ибраевна

Директор научно-образовательного
центра «Лингва»,
доктор филологических наук, профессор
Центрально-Казахстанской академии,
г. Караганда,
e-mail: nursulu.buketova@mail.ru

Nursulu I. Buketova

Director of the Scientific
and Educational Center "Lingua",
Doctor of Philological Sciences, Professor,
Central-Kazakhstan Academy,
Karaganda,
e-mail: nursulu.buketova@mail.ru

Статья посвящена роли архетипов и мифологем как матрицы формирования метаязыка идеологической системы. Мифология не стала достоянием предыстории, но она принимает наукообразные формы, актуализируясь в кризисных условиях. Показано, что для достижения социально-политических целей и мобилизации субъектами политики изобретаются новые лексические единицы, либо имеющиеся наделяются новыми семантическими оттенками, формируя язык пропаганды. Функции идеологии в социуме

The article focuses on the role of archetypes and mythologema in the formation of the metalanguage of the ideological system. The mythology did not become a history, but in modern conditions it into the pseudo-scientific form and is actualised in terms of crisis. It is shown that to achieve socio-political objectives and the mobilization the subjects of politics use the inventing of new lexical units or bringing new semantic nuances to the existing ones, shaping the language of the propaganda machine. The function of ideology in society

нам представляются амбивалентными. Анализируется такое условие успешности мифа, как алогичность его структуры в части сюжета, что создает необходимый эмоциональный диссонанс, позволяющий включать механизм рационализации метафорического осмысления текста. Сделан вывод о том, что мифы и базовые архетипы идеологической системы, декларируя ее ценности и цели и выстраивая их в соответствии с национальными или конфессиональными особенностями, позволяют эфемизировать смысл предпринимаемых идеологической системой агрессивных действий.

Ключевые слова: идеологический миф, метаязык, мифологизация, архетип, архетипические образы.

seems to be ambivalent. The authors analyze such condition of the success of a myth as the illogicalness in its structure in the plot, creating the necessary emotional dissonance that allow to include the mechanism of rationalization of metaphorical interpretations of the text. It is concluded that the myths and basic archetypes of the ideological system, declaring its values and goals, ranging them in accordance with national or religious features, allow to effeminate the meaning taken by the ideology of the aggressive actions.

Keywords: ideological myth, meta-language, mythologisation, archetype, archetypal images.

Введение

Известный американский футуролог Ф. Фукуяма в своей нашумевшей работе высказал довольно радикальное мнение о том, что «то, чему мы, вероятно, свидетели, – не просто конец холодной войны или очередного периода послевоенной истории, но конец истории как таковой, завершение идеологической эволюции человечества и универсализации западной либеральной демократии как окончательной формы правления» [1, с. 134]. Однако сама жизнь доказала преждевременность и неточность поставленного диагноза мирового развития; во всяком случае во многих регионах наблюдается всплеск совершенно противоположных тенденций в плане как социально-политических процессов, так и их идеологического сопровождения.

Не стала исключением в этом плане и современная Россия, где в последние годы возрастает иррационализация общественного сознания, усиление роли идеологических факторов после непродолжительного периода политики деидеологизации, хотя соответствующие положения Конституции России остались неизменными. Политическая (партийная, классовая, конфессиональная, этнонациональная и т.д.) пропаганда стала одним из основных инструментов социально-политической мобилизации, все шире проникая в средства массовой информации и особенно в сеть Интернет. При этом на сегодня в общих чертах оформлены метаязыки конкурирующих идеологических систем, базовыми элементами которых выступают наборы соответствующих идеологем и мифологем, что определяет их специфический язык, в том числе и метаязык официальной (про-

правительственной) пропагандистской машины. В этой связи представляется актуальным прояснение роли мифов и архетипов общественного сознания в формировании метаязыка идеологической системы.

Формирование метаязыка и социальная среда. Каждый индивид и каждая социальная группа существуют в собственном мире социальной реальности, в которой представители одной группы или общности (религиозная община, этногруппа, социальный класс, профессия и т.д.) создают свой собственный жаргон, или условный язык, в котором, помимо характерных для данной общности специфических терминов, общеупотребительные слова могут приобретать новые смыслы, оттенки и звучания. В процессе развития общества меняется и ткань живого языка: вводятся неологизмы и заимствования, параллельно выходят из оборота не только сами слова, смысл которых утрачивается вместе с исчезновением соответствующих им реалий, но изменяются и прежние грамматические и стилистические формы.

Вместе с тем через систему исторического образования представители современного сообщества осваивают понятия и термины, которые давно вышли из массового употребления. Так, образованные люди понимают значение слов и выражений античности (плебс, оракул, форум, «перейти Рубикон», «с щитом или на щите» и т.п.). А многие, даже те, кто не принадлежит к православной конфессии, без особого труда понимают отдельные слова из лексического запаса старославянского языка, сохранившиеся в церковнославянской речи, к которым могут быть отнесены понятия, обозначавшие отдельные части тела (чело, лик, зеница ока, око (ед. число), очи (мн. число), перст (ед. число), персты (мн. число), длань, десница, перси, лоно, чресла, чрево, ланиты и др.), или термины, отражавшие реалии патриархально-рабовладельческого или феодального средневекового сообществ и на данный момент вышедшие из повседневного употребления вследствие изменения исторических и социальных условий (царь, дворяне, мытарь, фарисей, жрец, блудница, пророк, цирульник), которые обозначали исчезнувшие социальные статусы, сословия или профессии. При этом архаизмам могут придаваться новые смыслы с сохранением прежних коннотаций, чаще всего негативных (сатрап, фарисей, орда, питекантроп и т.п.).

Для достижения конкретных социально-политических целей и мобилизации сторонников изобретаются и вводятся новые лексические единицы, либо уже имеющиеся наделяются новыми семантическими нюансами и оттенками. К примеру, язык гитлеровской Германии был в высокой степени насыщен такими (и подобными им) выражениями, как чистота крови, расовая чистота, истинный ариец, решение еврейского

вопроса, сверхчеловек, недочеловек, воля к власти, белокурая бестия, стадная мораль, стадные инстинкты, посредством использования которых реализовывался миф о биологически (генетически) predetermined превосходстве так называемой арийской расы над другими народами.

Для жаргона уголовников в большей мере характерны наделение общеупотребительных слов другим смыслом, паразитирование на национальном словарном фонде, например: козел, петух, бугор, зона и т.п.

Кафир, шахид, халифат, муслим, умма, фетва, шариат, мушрик, хиджаб, джихад и подобные этим арабизмы религиозного содержания лежат в основе восприятия мира через призму исламской идеологии. А понятия «Христос», «Антихрист», «крещение», «евхаристия», «гостия», «литургия», «Троица», «причастие», «Рождество», «воскресение», «спасение» и «погибель» и т.д. являются несущими опорами христианской идеологии.

Спецификация семиотических механизмов идеологии была одной из ведущих областей философского творчества Р. Барта. В «Мифологиях» (1957) Р. Барт объединил миф и идеологию, называя их метаязыком. Идеология как таковая и разные идеологические системы с необходимостью формировали исторически и формируют сегодня собственные специфические метаязыки. Метаязык идеологической системы, под которым мы понимаем для целей нашего исследования в первую очередь язык пропагандистской машины, посредством которого декларируются ценности и цели данной системы, одновременно отражает социально-групповые, национальные и конфессиональные особенности и напрямую зависит от специфики сферы, в которой ставятся и реализуются ее цели (политическая, религиозная, коммерческая и др.). С известной долей условности мы можем рассматривать в качестве сил, способных формировать свои идеологические системы, политические классы и партии, этнические или религиозные сообщества, к примеру, воинские или монашеские ордена, властные кланы, а также различные культы, в том числе и тоталитарные деструктивные культы. Этим в основном предопределяется то обстоятельство, что существует непосредственная связь между языком и фрагментом социальной сферы, в которой он используется.

Идеология и мифология. Если для поддержания интеграции и солидарности членов этнической группы необходимо и достаточно, чтобы они разделяли общую культуру в качестве определителя по мобилизации группы [2, р. 4], то для общностей с более сложной структурой этого уже недостаточно, нужна надэтническая, объединяющая идеология. Это же можно сказать и про профессиональные, конфессио-

нальные и прочие небольшие и относительно однородные группы. При этом понятия и термины, несущие выраженный идеологический смысл, одновременно составляют и матрицу, на которой выстраивается само идеологическое пространство. Эти понятия и термины группируются в устойчивые комплексы, в центре которых находятся соответствующие идеологемы. Ясно, что метаязык может быть рассмотрен в качестве инструмента современной пропаганды и социальной мобилизации, так как именно посредством языка осуществляется интерпретация фактов, результатов научных и социологических исследований, событий, происходящих в окружающей действительности, и что особенно важно – метаязык позволяет создавать в общественном (групповом) сознании образ новой реальности, согласно законам которой будет выстраиваться новый мир.

При этом общие функции идеологии в социуме нам представляются амбивалентными: наряду с агрессивным воздействием на сознание индивидов и манипулятивно-мобилизационным потенциалом в пользу доминирующего класса, группы или политического клана, идеология объективно играет важную роль в сохранении (или формировании) единой нормативно-ценностной системы и поддержании социального порядка. В этой связи Л. Туроу отмечает, что «если нет сильной внутренней идеологии, нация распадается на противоборствующие этнические, расовые и сословные группы» [3, с. 217]. Глубинные причины этого коренятся в обоснованном Ю.Г. Волковым положении о том, что «идентичность не может быть устойчивой без идеолого-мировоззренческой основы» [4, с. 42]. Принимая во внимание постулат Э. Эриксона о том, что «нельзя разделять кризис идентичности в индивидуальной жизни и современные кризисы в историческом развитии» [5, р. 23], можно также сделать заключение и о важности роли идеолого-мировоззренческой основы как ограничителя деструктивных взаимодействий конкурирующих идентификаций в сложносоставном сообществе.

Важнейшее место в формировании любой идеологии занимает тот или иной миф, и было бы заблуждением считать мифологию достоянием предыстории, хотя в современных условиях она отошла на второй план и зачастую вынуждена принимать наукообразные или спекулятивно-философские формы. Однако в кризисных условиях она вновь выходит на доминирующие позиции. Любой социально-культурный миф априори несет в себе социально-политическую составляющую, ибо создание мифа нуждается в эксплуатации образов великих героев и основоположников, а также ключевых моментов в их реальных биографиях,

вокруг которых и выстраивается стройная система мифа. Реализация принципа непогрешимости основателя связана с процессом эфемизации истинного смысла его действий, т. е. они могут быть легитимированы только в процессе их преломления сквозь призму безусловного признания его богоизбранности (или в иных терминах – харизмы, научной правоты и т.п.). Это обстоятельство эффективно используется властью предрешающей для обеспечения лояльности населения, подверженного воздействию официальной идеологии, требующей, по мнению К. Мангейма, безрефлективного подчинения существующим внешним обстоятельствам [6, с. 163].

Мифологизация биографических данных и личности отца-основателя реализуется за счет их адаптации к уже существующим в данном обществе стандартам, для определения которых в данном исследовании будет использован термин «архетип» (от греч. *arche* – «начало» и *typos* – «образ»). Введением данного термина мы обязаны основателю аналитической психологии К.Г. Юнгу, который определил их в качестве древнейших первичных образов и выделил архетипы персоны, анимы, анимуса, тени, самости, младенца, отца, матери, девы, героя, мудреца и других [7]. Чрезвычайно важную роль играет древнейших из архетипов «свой vs чужой», что предопределяет противоречивость функционально предназначенной для унификации группового сознания идеологии и ее неизбежную партикулярность, поскольку она должна очертить пространство своих адептов и сателлитов и отделить пространство чужих. Так, в гражданскую войну все люди делились на красных и белых, в исламистских идеологиях весь мир условно делится на «Дар-уль-Ислам» (территорию мира) и «Дар-уль-Харб» (территорию войны) и т.д. Это качество имплицитно наличествует у всех архетипов, формируемых на базе глубинных бинарных оппозиций, и потому они детерминируют в ситуации кризиса конфликтность идеологических систем, на них выстроенных. Противопоставление свой – чужой обязательно заложено в осознании человеком своей принадлежности к себе подобным [8, с. 133], индикатором которого могут выступать культура или идеология, поскольку ядром того и другого выступает специфический ценностно-мировоззренческий комплекс.

Принимая во внимание определения архетипа, принятые в качестве основных в психологии [7, с. 298] и лингвистике [9, с. 169–177], мы, в свою очередь, под архетипом подразумеваем символ, образ или сюжет, обладающий семантической целостностью и, соответственно, несущий определенный, жестко запрограммированный эмотивный и в то же время способный видоизменять свою форму заряд. Архетип – за-

крепленная в различных жанрах модель поведения, социально поощряемого и приемлемого для представителей различных социальных групп, позволяющая за счет введения в ее состав ценностных установок четко обозначать границы дозволенного и допустимых отступлений от них. То есть у каждого архетипа есть своя целевая аудитория определенного пола, возраста, происхождения, семейного и социального статуса, национальной, языковой, религиозной и государственной принадлежности.

Поскольку любой социальный миф, как справедливо отмечает О. Волкогонова, выполняет ряд социальных функций: аксиологическую (установление общих ценностей), телеологическую, коммуникативно-интегративную, компенсаторную и т.д. – и в этом смысле миф как таковой не может быть полностью «отменен» [10, с. 163], то он маскируется под иные формы общественного сознания, характерные для данной эпохи (в частности, сегодня это «научность» или, точнее, «научообразность» мифа). Не только исторический опыт, но и сегодняшняя реальность подтверждают справедливость утверждения Р. Барта о том, что «мифом может быть все» [11, с. 234]. Так, например, в России в начале XX в. социология К. Маркса приобрела типично идеологический характер, что было обусловлено, по мнению Д. Макленнана, «мифом политической революции» [12, с. 264]. Распознать же социальный миф чаще всего можно по надежному признаку – сопряженность его с одним из архетипов (их набора), вместе с которым он формирует метаязык идеологической системы.

Специфика действия мифов и архетипов. Несмотря на то что действие архетипов, нацеленных на формирование различного отношения к жизни у разных социальных слоев одного общества (государства), может существенным образом отличаться, архетипы для классов со схожей социально-общественной функцией даже у представителей диаметрально противоположных по образу жизни и культуре народов могут нести схожие черты.

Любопытно, что архетипические образы и сюжеты могут отличаться алогичностью структуры, но именно эта иррациональность архетипической составляющей позволяет мифу парадоксальным образом управлять общественным сознанием. Отвечая на вопросы, как работает миф, в чем секрет древних образов и сюжетов, которые под разными масками переходят из одной идеологической системы в другую, как примитивный с точки зрения логики миф проникает в наше сознание, поработывает его и делает нас неспособными к логическому критическому восприятию реальности, приходишь к осознанию того, что одной из

составляющих успешности мифа являются именно эта, едва ли не нарочитая, алогичность его структуры и иррациональность его фрагментов. Становится понятным, что отсутствие логики в части сюжета, который вызывает интерес и в целом отличается «монолитностью» структуры, позволяющей предполагать определенное развитие действия, создает необходимый эмоциональный диссонанс. Мы можем полагать, что чувства недоумения и острого разочарования, вызывая сначала дискомфорт и отторжение, позволяют включить механизм метафорического осмысления текста, базирующийся на эффекте рационализации алогичного, целью которого является поиск разумного объяснения для сюжетного сбоя, не соответствующего элементам логики и канонам справедливости.

Выводы

Мифы и базовые архетипы формируют метаязык идеологической системы (иначе говоря, матрицу языка пропагандистской машины данной системы), декларируют ее ценности и цели, выстраивая их в соответствии с национальными или конфессиональными особенностями и спецификой социальной сферы, в которой они определяются и реализуются. В силу существования непосредственной связи между языком идеологической системы и сферами общества, в которых она ставит свои цели и достигает их, язык системы может быть дополнен новыми терминами и словосочетаниями, либо уже имеющиеся наделяются новыми семантическими нюансами и оттенками, позволяющими эвфемизировать смысл предпринимаемых идеологической системой агрессивных действий.

В современных условиях миф маскируется под иные формы общественного сознания («научность» мифа). Распознать же социальный миф можно по надежному признаку – по тесной сопряженности его с одним из архетипов (чаще их набора). Среди устойчивого набора архетипов чрезвычайно важную роль играет древнейший из архетипов «свой vs чужой», который присутствует в любой идеологической системе и предопределяет ее противоречивый характер и потенциальную конфликтогенность.

Литература

1. Фукуяма Ф. Конец истории? // Вопросы философии. 1990. № 3. С. 134–148.
2. Vermeersch P. Theories of ethnic mobilization: overview and recent trends // CRPD Working Paper. 2011. No. 3. September. 16 p.
3. Туроу Л. Будущее капитализма // Но-

References

1. Fukuyama F. Konec istorii? // Voprosy filosofii. 1990. № 3. P. 135–148.
2. Vermeersch P. Theories of ethnic mobilization: overview and recent trends CRPD Working Paper. 2011. No. 3. September. 16 p.

- вая постиндустриальная волна на Западе. Антология / под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. 640 с.
4. Волков Ю.Г. Идентичность и гуманистическая идеология: взгляд в будущее. М.: Социально-гуманитарные знания, 2006. 228 с.
5. Erikson E.H. Identity. Youth and Crisis. N.Y., 1968. 336 p.
6. Манхейм К. Диагноз нашего времени / пер. с нем. и англ.; отв. ред. и сост. Я.М. Бергер [и др.]. М.: Юрист, 1994. 700 с.
7. Юнг К.Г. Архетип и символ. М.: Прогресс, 1994. 298 с.
8. Смирнов Ю.И. Противопоставление «свой» – «чужой» и множественность форм самосознания // Этническое и языковое самосознание: материалы конф. 13–15 декабря. М.: Ин-т народов России, 1995. 172 с.
9. Большакова А. Литературный архетип // Литературная учеба. 2001. № 6.
10. Волкогонова О. Русская идея: мечты и реальность // Постзападная цивилизация. Либерализм: прошлое, настоящее и будущее / под ред. С.Н. Юшенкова. М.: Новый фактор; Минувшее, 2002. 440 с.
11. Барт Р. Мифологии / пер. с фр., вступ. ст. и комм. С. Зенкина. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996. 314 с.
12. McLellan D. Karl Marks Theory of Ideas / J. Torrance. Cambridge: Cambridge University Press, 1995 // American Journal of Sociology. 1996. № 1, vol. 102.
3. Turou L. Budushchee kapitalizma // Novaya postindustrial'naya volna na Zapade. Antologiya / pod red. V.L. Inozemceva. M.: Academia, 1999. 640 p.
4. Volkov Yu.G. Identichnost' i gumanisticheskaya ideologiya: vzglyad v budushchee. M.: Social'no-gumanitarnye znaniya, 2006. 228 p.
5. Erikson E.H. Identity. Youth and Crisis. N.Y., 1968. 336 p.
6. Manhejm K. Diagnost nashego vremeni / per. s nem. i angl.; otv. red. i sost. Ya.M. Berger [i dr.]. M.: Yurist, 1994. 700 p.
7. Yung K.G. Arhetip i simvol. M.: Progress, 1994. 298 p.
8. Smirnov Yu. I. Protivopostavlenie «svoj» - «chuzhoj» i mnozhestvennost' form samosoznaniya // Ehtnicheskoe i yazykovoe samosoznanie: materialy konf. 13-15 dekabrya. M.: In-t narodov Rossii, 1995. 172 p.
9. Bol'shakova A. Literaturnyj arhetip // Literaturnaya ucheba. 2001. № 6.
10. Volkogonova O. Russkaya ideya: mechty i real'nost' // Postzapadnaya civilizaciya. Liberalizm: proshloe, nastoyashchee i budushchee / pod red. S.N. Yushenkova. M.: Novyj faktor; Minuvshee, 2002. 440 p.
11. Bart R. Mifologii / per. s franc., vstup. st. i komm. S. Zenkina. M.: Izd-vo im. Sabashnikovyh, 1996. 314 p.
12. McLellan D. Karl Marks Theory of Ideas / J. Torrance. Cambridge: Cambridge University Press, 1995 // American Journal of Sociology. 1996. № 1, vol. 102.

Поступила в редакцию

13 октября 2017 г.