

В.В. Зеленін

ОСНОВИ МІФОДИЗАЙНУ

**ПСИХОТЕХНОЛОГІЇ КЕРУВАННЯ
МЕДІАРЕАЛЬНОСТЮ**

Навчально-методичний посібник

*Рекомендовано до друку Вченою радою факультету психології
Національного педагогічного університету (НПУ) ім. М.П. Драгоманова
(витяг з протоколу №4 від 26 грудня 2017 року)*

Наукові рецензенти:

*доктор політичних наук Андрущенко Тетяна Вікторівна
доктор політичний наук Шайгородський Юрій Жанович*

Редактор: Галина Теркун

**УДК 159.922.27 : 32.019.5 : [7.12.185 + 004.032.6
ISBN 978-617-7420-26-1**

З-48

Всеволод Володимирович Зеленін

ОСНОВИ МІФОДИЗАЙНУ : Психотехнології керування медіареальністю. Навчально-методичний посібник. — К. : Вид-во «Гнозис», 2017. — 168 с.

Ми живемо в міфах і міфи живуть у нас. Свідомо чи несвідомо ми, наслідуючи своїх прабатьків, сприймаємо світ за тими ж сакральними сценаріями. Читаючи дитячі казки, слухаючи прадавні мамині колискові чи сучасні шлягери, переглядаючи новини й рекламу по ТБ та в Інтернеті, активно беручи участь у політичному житті або вважаючи себе стороннім спостерігачем історичних подій. Різниці немає. Ми — в міфі.

І є ті, хто все життя в міфі, як риба у воді, не помічаючи цього. А є міфотворці, які створюють для нас реальність життя за допомогою медіа. Поки в них виходить добре, усе ніби гаразд, ми навіть не помічаємо нічого, як діти в дитячому садку не замислюються про менеджмент цього закладу.

Але, коли сила й фаховість міфотворців слабшають, руйнуються віковічні підпори — усе летить шкереберть: держави розпадаються, люди втрачають смисли, може розпочатися братовбивча війна. Отже, міфи потрібні нам як повітря.

Ця книжка відчиняє двері до таємниці управління реальністю, в якій ми звикли жити. Вона буде корисною для політичних психологів, політологів, бренд-менеджерів, рекламистів, маркетологів, політтехнологів, партійних і державних ідеологів, сценаристів і продюсерів, дипломатів, працівників силових структур і державних установ — словом, для всіх, хто за покликом серця або ж родом діяльності є хранителем і новатором міфів. Для тих, хто займається міфодизайном у практичній площині — тобто щодня творить наш світ.

Адже саме завдяки тим міфам ми живемо у світі.

Усі права захищено. Жодна з частин книги не може бути опублікована, відтворена або розмножена в будь-який спосіб без письмового дозволу власника авторських прав. Будь-яке порушення авторських прав переслідується відповідно до чинного законодавства України.

© В.В. Зеленін 2017

© Школа Медіа-Патріотів

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	5
ПОДЯКИ	6
ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. РЕАЛЬНІСТЬ МІФА І МІФ ЯК РЕАЛЬНІСТЬ	11
Міфи в добу глобалізації.....	12
Базові принципи ідеологічного міфодизайну	14
Міф як психолінгвістичний феномен.....	19
Семіотика та психосемантика міфа	21
Структура священного в сучасному міфодизайні	25
Передісторія міфодизайну.....	27
Культура та природа в генезисі міфології	30
Міф – глибинне послання масам	36
Резюме першого розділу	40
Література до першого розділу	41
Практикум до першого розділу	42
РОЗДІЛ 2. МІФОТВОРЧИЙ СТОРІТЕЛІНГ:	
МЕДІААРХЕТИПИ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ	47
Медіанаратив у постмодерністському дискурсі	48
Джерела медіаархетипів у брендингу та міфодизайні	53
П'ять рівнів медіаархетипів.....	60
Міфотворчий медіанаратив: чотири види живих історій.....	68
Міфокопірайтинг: основні принципи написання сильних історій	75
Резюме другого розділу	80
Література до другого розділу	81
Практикум до другого розділу	82
РОЗДІЛ 3. ПРИКЛАДНИЙ МІФОДИЗАЙН:	
МЕТОДИ І ТЕХНОЛОГІЇ ЗАСТОСУВАННЯ	89
Сім практичних завдань міфодизайну	90
Структура міфологізації: шлях героя	93
Утилізація спадщини: модернізація стародавнього міфа.....	97
Світові історії: множинна реальність медіагри глобального міфа.....	99
Резюме третього розділу	103
Література до третього розділу.....	104
Практикум до третього розділу	105
РОЗДІЛ 4. СУГЕСТИВНИЙ НАРАТИВ В ІДЕОЛОГІЧНІЙ БОРОТЬБІ	111
Масовий гіпноз: сугестивний вплив для впровадження міфа.....	112
Мілтон-модель: базові технології масового навіювання	116
Історії успіху: бренд-легенди в сучасному медіапросторі.....	122
Спін-докторинг: протидія міфодизайну ідеологічного супротивника	126
Резюме четвертого розділу.....	132
Література до четвертого розділу.....	133
Практикум до четвертого розділу.....	134

ВИСНОВКИ	143
ПІСЛЯМОВА.....	144
ДОДАТКИ.....	145
Додаток 1. Ноам Хомський: 10 способів управління масами.....	146
Додаток 2. Професійні й особисті якості міфодизайнера.....	149
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА.....	152
АНОНС ДРУГОГО (ДОПОВНЕНОГО) ВИДАННЯ	164

ПЕРЕДМОВА

Міф — складова частина ідеології політичної системи суспільства, що є засобом маніпуляції свідомістю.

Юрій Лотман

Ця книга не претендує на пошук наукової істини.

Вона лише дасть читачеві можливість почати помічати очевидне.

Сучасні міфодизайнери — політичні й партійні ідеологи, маркетологи, політтехнологи, рекламисти-крійтори, драматурги та сценаристи, не кажучи вже про працівників спецпідрозділів інформаційних військ різних країн, — усі вони творять міфи і навіюють їх нам через медіа буквально щогодини.

Чи усвідомлюємо ми це?

Дехто з них використовує історично-культурні релікти масового несвідомого, а дехто безсоромно майструє шокуючі фейки-новороби з підручних засобів. Одні роблять це нашвидкуруч, натомість інші «творять на віки» нетлінні істини.

Та всі ці люди подібні в одному.

Як ідейні послідовники всіх міфотворців — від давньогрецького Гомера до доктора Йозефа Геббельса і Володимира Мединського¹, міфодизайнери не шукають «інтелектуальної правди», масовість і популярність для них важливіші за істинність. Визнають вони це для себе або ж ні, несуттєво.

Кожний міфодизайнер розуміє: загальновизнаною істиною із часом стане те, в що сильніше повірили маси. Отже, кредо міфодизайнера — домагатися не «правди, а ефекту». Адже сутність міфа — універсальне некритичне емоційне залучення.

Проте ми як дослідники сучасної міфотворчості маємо бути обачними й критичними.

Сьогодні психотехнології прихованого й відкритого впливу стають дедалі більш витонченими, вправними і тотальними, тож мусимо навчитися залишатися розважливими. Хоча б до тієї міри, до якої це взагалі зараз можливо.

Мета цієї книги — допомогти осмислити те, що відбувається в медіапросторі, поки наш розум остаточно не потонує у морі архаїчних і новостворених міфів: правдоподібних ілюзій і широкомасштабних містифікацій; вражаюче оформлених недостовірних фактів і відвертої дезінформації, втовкмачуваної доти, доки ми не звикнемо вважати її достеменною істиною.

Хочете отямитися — читайте!

Якщо ж ні — ласкаво просимо в слухняну масовку міфів.

¹ **Мединський Володимир Ростиславович** — сучасний російський державний і політичний діяч, міністр культури Російської Федерації з 2012 року. Народився в Україні (УРСР). Популярність у широких читацьких колах В.Р. Мединському принесла серія бюджетних книжок із власними версіями і тлумаченнями давньоруської та російської історії. Їхні сюжети, які автор позначає як «історичну міфологію», вибудовано на стереотипному протиставленні захисників і ворогів вітчизни, авторській інтерпретації історичних подій і фактів у парадигмі державницьких інтересів пугінської адміністрації РФ.

ПОДЯКИ

Хоч би як ставитися до міфології, будь-яка її критика завжди є лише проповіддю іншої, нової міфології. Міф є найконкретнішим і найреальнішим явищем суцього, без жодних винятків і застережень, — коли воно оприявнюється живою дійсністю.

Олексій Лосєв

Міфотворчість цікавила автора давно.

Його світоглядне становлення відбувалося паралельно з руйнацією радянської ідеології та розвалом СРСР. А робота з помітними політиками, громадськими діячами, митцями та медійниками буквально змусила, починаючи із середини 1990-х років, зануритися в простір міфодизайну. Усім цим факторам свого життя автор тепер надзвичайно вдячний за потужний, хоча інколи й безжальний досвід особистісного та професійного самоусвідомлення в їхньому строкатому середовищі.

Друга подяка — активістам-патріотам і представникам силових відомств, що за покликом серця чи за фахом долучилися до інформаційної війни у 2013 році. Саме тоді вітчизняний міфодизайн постав перед моторошною перспективою двобою за право на життя нашої Батьківщини — України.

Ми вистояли. Це було дуже непросто. Певно, вперше від часів Другої світової війни українське населення зазнало шквальної навали альтернативних пропагандистських ідей. Історій та образів, покликаних зруйнувати підвалини патріотизму та державності.

Низький уклін тим, хто встав до патріотичних лав і допоміг створювати протиотруту в тій тяжкій ідеологічній січі. Їхні ідеї та доробок покладено в основу цієї книги.

І звичайно, автор безмежно вдячний своїй родині за ту підтримку і розуміння, за простір спокою й можливість усамітнення, що дали шанс усі сказані слова відобразити буквами на папері. А цій книжці — стати реальністю.

Мої рідні, ви давали мені віру, сили й натхнення для роботи.

Щиро дякую вам за це.

*Міфотворцям України
минушини, сучасності і майбуття
присвячується*

ВСТУП

Міф – це не вигадка, а концентрована правда.

Доріс Лессінг

Ця книга – попередній прагматичний шкіц, нарис.

Можливо, колись в автора вистачить смислів, сил, часу й натхнення перетворити її на ґрунтовну працю. Тоді буде належним чином оформлено всі посилання, підбрано влучні цитати. Книга стане більш академічною і більшою за обсягом.

Наразі ж її мета в іншому – надати загальне уявлення про міфодизайн у його практичній площині, зініціювати обговорення, дискусію. Стати вступом до ідеологічного міфодизайну в тому форматі, у якому він функціонує в сучасному медіапросторі.

У **першому розділі** ми торкнемося питань побутування міфів в інформаційній реальності. Дізнаємося, як сьогочасні міфи через медіа керують процесами суспільної дійсності.

Міфотворчій сторітелінг (створення сильних історій) у **другому розділі** покаже нам, яким чином медіаархетипи впливають на інформаційний простір.

Методи й технології прикладного міфодизайну буде проаналізовано в **третьому розділі**. Ми розберемо сучасну практику побудови міфу: структуру, сюжет і сім завдань міфодизайну в умовах глобалізації.

З **четвертого розділу** ми дізнаємося, як за допомогою масового гіпнозу (сугестії) міфи неявно інсталиються в суспільну свідомість і вкорінюються там. Там же буде запропоновано деякі прийоми застосування сугестивної оповіді (нарративу) як могутнього ресурсу в ідеологічній боротьбі.

На завершення, в **Анонсі до Другого (доповненого) видання** вказано подальші перспективи вивчення видів та напрямків міфодизайну. Так, у наступному виданні ми обговоримо застосування міфотворчості як засобу формування «історичної правди» у сферах науки, релігії, політики, у військовій справі, а також у царині пропаганди та реклами. Також там буде проаналізовано приклади і взірці ідеологічної міфотворчості. Це дозволить читачеві свідомо ставитися до ідеологічного міфодизайну як невід’ємної складової суспільного життя.

Ми сподіваємося, що книжка знайде своїх читачів серед тих, хто за фахом цікавиться питаннями інструментального застосування міфів у медіапросторі: політичних і соціальних психологів, політологів, бренд-мейкерів, крійторів, маркетологів, ідеологів-пропагандистів, рекламистів, медіабізнесменів, а також представників спецпідрозділів силових структур, які займаються інформаційною безпекою держави.

Також маємо надію, що книга зацікавить усіх, кому справді важливо розібратися, як міфи незримо керують нашим повсякденним життям.

РОЗДІЛ ПЕРШИЙ

РЕАЛЬНІСТЬ МІФА І МІФ ЯК РЕАЛЬНІСТЬ

Міфологія – сукупність первинних вірувань народу про його походження, найдревнішу історію, героїв, богів тощо, на відміну від вірогідних відомостей, вигаданих опісля...

Емброуз Бірс

РОЗДІЛ 1. РЕАЛЬНІСТЬ МИФА І МІФ ЯК РЕАЛЬНІСТЬ

Функція міфу – видаляти реальність.

Ролан Барт

Наскільки слушним є твердження, що всі ми живемо в міфологізованій реальності? Поміркуймо разом. Чи справді нас цікавлять достовірні факти, скажімо, біографій Будди, Ісуса Христа, Магомета, Аттіли, Чингізхана або ж вони – лише міфічні образи в нашій свідомості? Наскільки ці образи для нас є відмінними від образів Гільгамеша, Одиссея, Геракла, Персея, Ланселота Озерного, Зіґфрида чи Іллі Муромця?

Погодьтеся, найімовірніше, ваша відповідь – ні. Адже згадані вище персонажі для абсолютної більшості, для колективного несвідомого – не більш ніж міфи десь на периферії повсякденного буття. А от всілякі ідеологи: політики, релігійні діячі, примітні медіапостаті та працівники спецслужб – активно використовують елементи цих міфів для створення ідеологічних міфологем. Свідомо запозичують міфологічні мотиви, цілеспрямовано й творчо переробляючи їх відповідно до потреб сучасного світу.

Мистецтво міфології визначається своєрідністю свого матеріалу. Основна маса цього матеріалу, що зберігалася як традиція предковичної давнини, містилася в оповіданнях про богів і богоподібних істот, героїчні битви й мандри до підземного світу – в оповідях («міфологема» – ось найліпше давньогрецьке слово для їх визначення), котрі усім добре відомі, але котрим далеко до фінального оформлення, – і вони продовжують ставати матеріалом для нової творчості. Міфологія є рух цього матеріалу: це дещо застигле і водночас мобільне, субстанційне і все ж не статичне, здатне до трансформації (Кереньи К., Юнг К.Г., 1997).

Сьогоднішня інформаційна реальність уже не схожа на дикоросле поле архаїчних образів і фольклорних сюжетів, що прийшли до нас з давніх-давен. Це фахово оброблений, доцільно структурований, окультурений медіапростір, де міфи для нас, так би мовити, генетично виводять, як нові види корисних бактерій.

Традиційні міфи в поетичній формі зберігали найдавнішу філософію: моральні сентенції або наукові істини, значення яких приховане під покровом символів та алегорій. Сучасна міфотворчість – високоефективний інструмент виготовлення, зберігання та/або цілеспрямованої трансформації цих сентенцій, істин і смислів. Це універсальне знаряддя малопомітного (сакрального) впливу на масове несвідоме шляхом таємного залучення нас до «програмного забезпечення» актуальної ідеології.

За допомогою міфів нам у психіку грамотно й технічно «інсталиують» стереотипи і настанови суспільної моралі: сепарують або, навпаки, інтегрують у держави, об'єднують у цільові групи споживачів чи спонукають до акцій (не)мирного спротиву владі.

Міфи керують нашою повсякденною реальністю. Тому зрозуміти закони побудови суб'єктивної реальності міфа – означає сьогодні дістати право порядкувати в об'єктивній дійсності. Віднині й надалі.

Розберімося в цих законах.

Міфи в добу глобалізації

Реальна мета міфа – не бути об'єктивним поглядом на світ, але надати те, як виражає себе в ньому людина, як бачить вона себе в тому світі. Міф є не лише космологічним, а й антропологічним – тож найліпше за все може біти витлумачений екзистенційно.

Рудольф Бульман

Міфи створені людьми.

Колись міфи слугували для осмислення реальності, розуміння незрозумілого, дивовижного й чудесного в нескінченному загадковому первісному світі.

Міф – це універсальна оповідь (наратив), яка пояснює смисли і походження людських цивілізацій, речей, явищ, усього світу, через алегоричні емоційно-чуттєві образи.

Міфи становили певну систему, утворюючи міфологію того чи іншого народу, формуючи в такий спосіб основу характерного для нього світогляду. Міфи часто були стрижнем різних релігійних систем, фольклорних традицій, художньої творчості та політичної культури мас.

Чи замислювалися ви, наприклад, що політичний устрій християнського раю передбачає неодмінну наявність монархії? Адже словосполучення «царство небесне», «царство Боже», власне, ніби неявно вказують на відсутність там ідеологій лібералізму, демократії, анархії, фашизму, соціалізму, комунізму чи (що було б уже зовсім екзотично) джамахірії¹.

І це зрозуміло. На момент створення міф про біблійний рай відображав ідею про «ідеальну» світобудову, справедливу державу в розумінні тогочасних людей.

Міф – не ідеальне поняття, і також не ідея та не поняття. Це саме життя. Для міфічного суб'єкта це і є справжнє життя, з усіма його сподіваннями і страхами, очікуваннями та розпачем, з усією його реальною повсякденністю і суто особистою зацікавленістю (Лосев А. Ф., 2001).

Проте що саме відбувається з міфами в сучасному світі? Чи, точніше буде сказати, з «неоміфами»? Ким, як і з якою метою вони створюються? Як їх використовують для впливу на маси? Запитань багато... Але чи готовий хто на них відповісти?

Почнемо з неприємного. На жаль, більшість вітчизняних бренд-менеджерів і рекламистів досі не можуть гідно оцінити потенціал *міфодизайну* як *методу створення сучасних міфів і втіленої в ньому низки принципів міфотворчості*. Ось кілька найбільш усталених упереджень.

¹ За джамахірії традиційні інститути влади скасовуються. Повсюдно формуються народні комітети і народні конгреси. Держава поділяється на безліч комун, що є самоврядними міні-державами в державі і мають повну владу у своєму окрузі, включно з розподілом бюджетних коштів. Управління комуною здійснюється первинним народним конгресом, до складу якого входять усі члени, тобто жителі, комуни. Кожна людина має право висловити свою пропозицію на засіданні народного комітету. Кожен бере участь у прийнятті рішень і реалізації влади. Держава є федерацією комун. Кожен первинний народний конгрес обирає своїх представників у міській народний комітет і Загальний народний конгрес.