

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

На правах рукописи

ВЕРТИЕВЕЦ Оксана Анатольевна

**КОЛЛЕКТИВНОЕ БЕССОЗНАТЕЛЬНОЕ
В ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЕ СОВРЕМЕННОГО
РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА**

24.00.01 – Теория и история культуры

ДИССЕРТАЦИЯ
на соискание учёной степени
кандидата культурологии

Научный руководитель
Лаво Роза Сулеймановна,
доктор философских наук, доцент

Краснодар
2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3–19
ГЛАВА 1	
Теоретические проблемы исследования коллективного бессознательного в современной российской культуре	20–102
1.1 Методология анализа коллективного бессознательного в современной российской культуре	20–49
1.2 Роль и функции архетипов и архетипических образов в современной культуре российского общества	49–77
1.3 Роль и функции неотипов и нетипических образов в современной культуре российского общества	77–102
ГЛАВА 2	
Место и функции коллективного бессознательного в информационной культуре современного российского социума	103–184
2.1 Методология исследования информационной культуры современного российского общества.....	103–124
2.2 Роль и функции коллективного бессознательного в информационной культуре современного российского общества	125–149
2.3 Социально-информационное конструирование и коллективное бессознательное в формировании и развитии информационной культуры современного российского общества	149–184
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	185–188
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	189–245

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы диссертационного исследования обусловлена необходимостью постоянного расширения знания о культуре современного российского общества как сложной, многосоставной и эволюционирующей системе, в которой различные сферы её проявления находятся в постоянной динамике. В условиях информатизации современного общества и ориентации российской государственной политики на развитие информационного потенциала общества важным представляется рассмотреть роль коллективного бессознательного в этих процессах с учётом динамично развивающегося социального конструирования в современной российской культуре.

Исследование аксиологических аспектов в развитии современной российской культуры, роль в ней архетипических оснований, образующих габитус российского общества, внедрение в массовое сознание новых социально-культурных практик и новых моделей стиля жизни, включая формирование инновационного коллективного бессознательного на основе разработки и внедрения в культуру новых аксиологических образцов, отвечающих современным реалиям, требуют специального исследования. Коллективные представления о проблемных ситуациях и способах их разрешения на основании функционирующих в обществе архетипов, архетипов, адаптированных к современным социокультурным практикам, и новых ментальных конструктов – неотипов могут оказаться как барьерами в развитии современных социокультурных процессов, так и драйверами роста. И поэтому их исследование представляется своевременным и актуальным.

Степень разработанности темы. Коллективное бессознательное является важным системообразующим элементом информационной культуры общества. Ещё основатель теории психоанализа З. Фрейд попытался объяснить культуру и социокультурные стереотипы с точки зрения подавления инстинктов. По мнению М. М. Бахтина, «фрейдовская

теория является «проекцией» в психику некоторых объективных отношений внешнего мира»¹. Ж. Лакан обратил внимание на то, что, проходя исторический отбор социальной практикой, бессознательное может быть обнаружено человеком в числе других источников в семантической эволюции, где она соответствует его тезаурусу, выраженному в категориях мышления в форме языка. Тезаурус индивида детерминирован языковым сознанием как носителем определённого языка и, следовательно, – способа мышления и стиля жизни, а также архетипами и традициями, в которых история индивида и социальной группы, к которой он себя относит, облекается в мифологизированные формы.

«Архетип» в переводе с древнегреческого означает – прообраз, первоначало, образец (ἀρχέτυπον – arche – начало и typos – форма, образец). Это понятие в качестве структурного элемента коллективного бессознательного введено в научный оборот швейцарским учёным К.Г. Юнгом в июле 1919 г. в докладе на заседании Британского психологического общества. К. Г. Юнг заимствовал это понятие для использования в психологии из трудов христианских писателей Средневековья – блаженного Августина, Дионисия Ареопагита, святого Иринея, которые ссылались на употребление этого понятия в трудах иудеев и античных писателей – Филона, Цицерона, Плиния и др.²

Во всех гуманитарных науках (за исключением лингвистики и литературоведения, где под архетипом понимается изначальный текст) концепт архетипа возводят к работам К. Г. Юнга, который определял архетипы как наиболее древние и наиболее всеобщие формы представления человечества, находящиеся в коллективном или сверхличном бессознательном. К. Г. Юнг подразумевал под архетипами первичные схемы образов, воспроизводимые бессознательно и априорно формирующие активность воображения, а потому выявляющиеся в мифах и верованиях,

¹ Волошинов В. Н. (Бахтин М.М.). Фрейдизм. М., 1993. С. 77–78

² Юнг К. Г. Очерки по психологии бессознательного. М., 2010. С. 30–32.

произведениях литературы и искусства, в снах и изменённых состояниях сознания. К. Г. Юнг считал архетипы ментальными формами коллективного бессознательного, наследуемого в процессе развития культуры в качестве всеобщего достояния культурного опыта той эпохи, когда человечество проживало компактной группой на сравнительно ограниченной территории и не имело государственности – эпохи потестарного общественного устройства.

Содержательную характеристику архетипический образ (или, выражаясь терминологией К. Г. Юнга, первообраз) получает в случае имплантации в сознание человека и обогащения его персональным социальным опытом человека. При этом архетипический образ наполняется материалом осознаваемого социального опыта.¹

Будучи бессодержательными и обобщёнными, архетипы, приобретая эмоциональную окраску, посредством того, что они основываются на универсально-константных началах человеческой социальности, приобретают способность воздействовать на человеческую психику и поведение, встраиваясь в фреймы и способствуя структуризации социальных ситуаций и их распознаванию.² Поэтому, согласно К. Г. Юнгу, архетипы, будучи изоморфными древнейшим мифам, существуют в психике современных людей и способны реализовываться в творческой деятельности людей, например, при интерпретации ситуаций социального взаимодействия, включая и социально-коммуникативные практики.³

Обобщённым и интегрирующим проявлением архетипов в культуре и иных сферах социальности выступает габитус. Будучи отрефлексированным результатом развития исторических процессов, габитус актуализирует коллективные и индивидуальные социальные, реализуя проявление опыта прошлого, закреплённого в бессознательном каждого человека в форме

¹ Аверинцев С. С. Архетипы // Мифы народов мира. М., 1991. Т. 1. С. 110.

² Юнг К. Г. Психология бессознательного... С. 73.

³ Там же.

воспроизводимых из поколения в поколение фреймов восприятия, определения ситуации и направления практических действий.¹

Архетипы коллективного бессознательного являются своеобразными когнитивными образцами, на которые ориентируется человек в повседневных социальных практиках, распознавая ситуации и запуская алгоритмы действия.² В научной литературе термин «архетип» с течением времени стал применяться для обозначения наиболее общих, фундаментальных и общечеловеческих мифологических мотивов, изначальных схем представлений, лежащих в основе любых символических и в том числе мифологических структур, но уже без обязательной привязки к концептуальным подходам К. Г. Юнга.³

Сохраняя и репродуцируя коллективный опыт культурогенеза, универсальные культурные архетипы обеспечивают преемственность и единство общекультурного развития.

Развивая идеи З. Фрейда о природе бессознательного, французский философ Ж. Делёз отметил, что «фантазия никогда не является индивидуальной: это групповая фантазия», причём «бессознательному известны социальные и политические роли».⁴ Ж. Делёз различал традиционные формы социальной коммуникации, основанные на непосредственном общении людей, и современные – включающие опосредованные коммуникации с помощью технических средств трансляции и хранения информации.⁵ Исторические события прошлого, тесным образом связанные с религиозными культами и политикой, с коллективным бессознательным и мифологизированным прошлым, «для большинства из нас гораздо менее подвержены рациональным процессам, нежели любые

¹Бурдые П. Практический смысл. С. 104.

²Руткевич А. М. Архетип. С. 51.

³ См.: Элиаде М. Мифы, сновидения, мистерии. М., 1996; Малиновский Б. Магия, наука и религия. М., 1998.

⁴ Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб. – М., 2020. С. 55–60.

⁵ Там же.

другие участки ценностей и убеждений, находящихся под контролем сознания».¹

Т. М. Дридзе обосновала модель социокультурной динамики, названную «конусом Дридзе» и ориентированную на трёхуровневую модель многомерности социальной жизни личности в пространственно-временной коммуникации, основанной на сочетании трёх видов деятельности индивидов – рефлексии, материально-практической деятельности и коммуникации.²

Картина мира, как полагала Т. М. Дридзе, воспринимается подавляющим большинством людей благодаря символическому универсуму, порождённому компенсирующим адаптационным мышлением, создаёт символическую картину сложной социальной реальности в доступной для понимания человека форме.³

Усложнение социальной жизни и развитие коммуникационных потоков привели в современном обществе к тому, что архетипы не смогли полностью отвечать потребностям современного коллективного бессознательного. В современной массовой культуре получил широкое распространение сценарий для рассказов повествовательного типа – *narrativ escript*, – который усваивается детьми в процессе первичной социализации и подчинён простой для усвоения форме: завязка (место и время действия, персонажи) – интрига (проблема, которую необходимо преодолеть) – развязка (преодоление проблемы и последствия этого преодоления).⁴ Важным общим когнитивным условием возникновения и развития неотипов является тот факт, что обработка поступающей извне к индивиду информации носит конструктивный характер, который предопределён уже имеющимися схемами распознавания и оценками информации в самом общем виде – скриптами (*script*) или схемами (*schemas*). В процессе знакомства с

¹Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. С. 55–60.

²Прогнозное социальное проектирование: теоретико-методологические и методические проблемы / отв. ред. Т. М. Дридзе. Изд. 2-е испр. и доп. М., 1994. С. 32–34.

³Сивирин Б.С. Социальная квазиреальность или виртуальная реальность? // Социс. 2003. № 2. С. 40.

⁴Мальковская И. А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы. М., 2008.

различными сценариями из повседневной жизни, художественной литературы, фильмов, ТВ-передач, блогосферы Интернета человек формирует некую абстрактную схему поведения в той или иной ситуации.

Сейчас прошлое для массового сознания по большей части замещается репрезентациями в массовой культуре, а медийные образы истории формируют память современных «аудиовизуальных» сообществ, вытесняющих «печатные сообщества». Благодаря воздействию медиасреды современный человек, интегрированный в социокультурное пространство массовой культуры, «живёт в мире иллюзий, порождаемых не только его личным несовершенством и неспособностью правильно понять и отразить мир, но и окружающей культурой, навязывающей присущие ей мифы и стереотипы».¹

Современные средства социальной коммуникации позволяют конструировать окружающий человека мир. Но в отличие от традиционных форм передачи нормативно-ценностной информации они способны к унификации (mainstreaming) ценностей и поведенческих установок людей, принадлежащих к различным социальным группам в едином пространственно-временном коммуникативном поле. Эта унификация создаётся в результате того, что продуцируемые электронными средствами массовой информации (телевидением, радио и Интернетом) социокультурные образцы и модели практически автоматически закрепляются в памяти человека.²

Возникает и распространяется новое коллективное бессознательное, адаптирующее мышление и поведение человека с помощью «культурных презумпций» в качестве переменной составляющей образа ситуации к динамичной реальности.³ Это новое коллективное бессознательное, конструируемое в современном обществе, определено в современной науке

¹ Базовые ценности россиян: Социальные установки. Жизненные стратегии. Символы. Мифы / отв. ред. А. В. Рябов, Е. Ш. Курбангалеева. М., 2003. С. 240.

² Харрис Р. Указ. соч. С. 65–70.

³ Носов Н. Виртуальная психология. М., 2000. С. 36–37.

как неотипы, составляющие, вместе с архетипами, коллективное бессознательное в современном обществе и оказывающее значимое воздействие на современную информационную культуру российского общества в различных формах её проявления.

Впервые термин «неотип» в отношении коллективного бессознательного в современном обществе ввёл А. И. Ющенко, который предложил классифицировать психическую природу человечества как три типа: эотип, палеотип, неотип, сформировавшиеся под влиянием динамики образа жизни повседневных социальных практик.¹ Впоследствии термин «неотипы» используется белгородским исследователем В. Ю. Емельяновым, изучавшим пророчества в рамках философско-информационной парадигмы, который полагал, что, «как бы вступая в полемику с К. Юнгом, можно утверждать, что архетипы, о влиянии которых на развитие души он говорил, находятся не в прошлом народов, а в их будущем. Впрочем, чтобы не вносить путаницы я предлагаю назвать их неотипами». Догадки В. Ю. Емельянова близки к принципам подробно разработанного П. Ю. Черносвитовым закона сохранения информации, а применительно к генетическим цивилизационным матрицам – В. К. Захаровым. В. К. Захаров рассматривает категорию генетической памяти в различных сферах жизнедеятельности, полагая, что совокупный мем о той или иной модели функционирования социальных институтов определяет вектор социальной деятельности акторов социальной деятельности.²

Юнговские архетипы создали матрицу инерционной эволюции социокультурных структур, воспроизводя в социальных процессах консервативное начало поступательно-прогрессивной эволюционной устойчивости, в пространственно-временном континууме которой различные социальные элементы меняются с различной скоростью и различной

¹Петрюк П. Т. Академик Александр Иванович Ющенко – известный отечественный учёный, психиатр и бывший сабурянин (к 140-летию со дня рождения) // Архів психіатрії. 2009. Т. 15. № 2. С. 5–9.

²Захаров В. К. Государственность и государственное управление как архетипы // Государственное управление. 2010. № 24. С. 3-4.

степенью инерционности. Однако с усложнением социальных практик и социальных коммуникаций на смену архетипам, сложившимся в эпоху потестарных обществ и формирования государственности, приходят неотипы, отражающие расширение и усложнение повседневных и неповседневных социальных практик и расширяющееся многообразие, и усложнение каналов социальных коммуникаций.

Иную трактовку неотипов предложил В. К. Захаров. Описывая различные формы жизнедеятельности, в том числе и в сфере культуры, В. К. Захаров выделил неотипы, которые зародились в прошлом и существуют в настоящее время. Он предложил рассматривать архетипы и неотипы шире трактовки К. Г. Юнга – не только как коллективное бессознательное, но и в качестве устойчивой рамочной модели жизнедеятельности общества, как «слаженный и взаимообусловленный подкомплекс».¹

Р. С. Лаво полагает, что архетипы, возникшие в период генезиса культуры, являются своего рода ментальным основанием и прообразом для развития неотипов, появившихся в процессе эволюции культуры. Неотипы, являясь интегративным продуктом социального конструирования, в том числе и в форме мифологизации, отражают объективные процессы формирования гибридных моделей жизнедеятельности людей, имплантируемых в сознание индивидов и дифференцированных в рамках различных социальных сетей и сообществ.²

¹Губарь О. В., Захаров В. К. Номология как преодоление экономикоцентризма. Ростов-на-Дону, 2006; Захаров В. К. Государственность и государственное управление как архетипы // Государственное управление. Электронный вестник. 2010. № 24. С. 1–18.

²Лаво Р. С. Культура ассирийцев России: прошлое, настоящее, будущее. Краснодар, 2000; Лаво Р. С. Этнокультурная идентичность и самоидентификация ассирийцев Юга России в условиях глобализации. Краснодар, 2007; Лаво Р. С. Ассирийцы России: этноэкология, этнополитика и этноидентичность. Краснодар, 2007; Лаво Р. С. Этнокультурная дисперсия ассирийцев в контексте глобализации: судьбы древнейшего народа. Saarbrücken, 2011; Лаво Р. С. Менталитет и ментальность: к проблеме архетипа // Интеграция науки и высшего образования в социально-культурной сфере. Сборник научных трудов Краснодар, 2005. Вып. 3. С. 91–97; Лаво Р. С. К проблеме менталитета: социокультурный подход // Художник и время: взаимодействие культур: сб. ст. по материалам конфер. Краснодар, 2005. Вып. 2. С. 20–26; Лаво Р. С. Архетипы и неотипы в современной этномызыкальной культуре // Музыка и музыкант в меняющемся постсоветском пространстве: материалы междунар. науч. конфер. к 40-летию РГК. Ростов-на-Дону, 2007. С. 193–205; Лаво Р. С. Неотипы – новое коллективное бессознательное в повседневных этнокультурных практиках ассирийских диаспор // Мир на Северном Кавказе через языки, образование,

Анализ и осмысление условий, путей и различных аспектов развития информационной культуры современного общества было предпринято в трудах таких отечественных учёных, как Ю. Ф. Абрамов, С. Г. Антонова, А. В. Белов, Г. Г. Воробьёв, Н. И. Гендина, П. Н. Гончуков, А. А. Гречихин, С. В. Гриценко, Н. А. Водопьянова, М. Г. Вохрышева, Н. Б. Зиновьева, Ю. С. Зубов, В. П. Казанцева, М. А. Манасытова, Е. А. Медведева, Т. В. Межзяновская, Т. В. Микерина, Л. В. Мрочко, И. А. Негодаев, Л. В. Нестерова, А. Ю. Оршанский, Г. В. Полякова, Э. Л. Семенюк, Т. Н. Соснина, И. Г. Хангельдиева.¹ Различные аспекты темы предлагаемого диссертационного исследования рассматривались в работах З. Баумана, Д. Белла, Ж. Бодрийяра, И. Гофмана, Н. Лумана, М. Маклюэна, Ф. Махлупа, Дж. Нейсбита, Ф. Уэбстера, Ю. Хабермаса, Э. Тоффлера, А. Турена, К. Шеннона и др.²

культуру»: материалы X Международного конгресса: Пятигорск, 2010. С. 45–47; Лаво Р.С. Неотипы – новое коллективное бессознательное в повседневных этнокультурных практиках ассирийских диаспор // Мир на Северном Кавказе через языки, образование, культуру»: материалы X Международного конгресса: Пятигорск, 2010. С. 45–47; Кудинова А. В. и др. Социально-культурное производство и культурные индустрии. Краснодар, 2014; Лаво Р. С. Формирование неотипов средствами массовой информации // Традиции и инновации в массовой коммуникации. материалы первой регион. очно-заочной научно-практической конференции (Краснодар, 21–22 апреля 2017 г). Казань, 2017. – С. 24–27.

¹ Антонова С. Г. Информационное мировоззрение (к вопросу об определении сущности понятия) // Проблемы информационной культуры: сб. статей. Вып. 3. М., 1996. С. 25–32; Белов А. В. Информационное общество и информационная культура в России: к постановке проблемы // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2009. № 1. С. 24–35; Винарик Л. С., Васильева Н. Ф. Информационная культура в современном обществе // Механизм регулирования экономики. 2009. № 2. С. 80–90; Гайдарева И. Н. Социокультурная среда как фактор формирования информационной культуры личности: социологический аспект: автореф. дис. ... канд. социол. наук. Майкоп, 2002; Гендина Н. И. Информационная культура, творчество и креативность выпускника высшей школы в контексте проблем развития человеческого капитала информационного общества // Информационное общество. 2009. Вып. 1. С. 57–63; Гречихин А. А. Информационная культура: опыт типологического определения // Проблемы информационной культуры: сб. ст. /под ред. Ю. С. Зубова, И. М. Андреевой. М., 1994; Грязнова Е. В. Информационная культурология как научное направление: философско-методологический анализ // Философия и культура. 2016. № 3. С. 452–458; Зиновьева Н. Б. Информационная культура личности: введение в курс. Краснодар, 1996; Киричек П. Н. Информационная культура общества. М., 2010; Микерина Т. В. Информационная культура и кризис социокультурной идентичности в условиях глобализации: социально-философский анализ: автореф. дис. ... канд. филос.: 09.00.11. СПб., 2010; Мрочко Т. В. Информационная культура общества и личности. М., 2008; Нестерова Т. В. Формирование информационной культуры будущих инженеров лесного комплекса в процессе гуманитарной подготовки: автореф. дис.... канд. пед. наук. Брянск, 2002; Нигматуллина Г. Ф. Культура российских интернет-сообществ в условиях становления информационного общества: автореф. дис. ... канд. социологич. наук: 22.00.06. Тюмень, 2011; Полякова Г. В. Информационная культура в современном обществе: философские аспекты: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11. М., 2015; Хангельдиева И. Г. О понятии «информационная культура» // Информационная культура личности: прошлое, настоящее, будущее: материалы международной научной конференции. Краснодар, 1993. С. 3–8.

² Бауман З. Индивидуализированное общество. М., 2002; Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М., 1999; Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М., 2015; Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург,

Информационная культура общества означает уровень распространения в обществе важнейших компетенций работы с информацией: умение намечать и формулировать цели поиска и использования информации, определять задачи использования информации, структурировать и анализировать полученную информацию, в том числе и с помощью компьютерных программных средств, владеть системным подходом к информации, владеть технологиями преобразования информации из одних форм репрезентации в другие без потери данных и искажения смысла, знать основные алгоритмы вариантов использования информации в современном обществе, включая и последствия этого использования.¹ Эти компетенции формируются как в процессе освоения обучающимися образовательных программ различного уровня, так и в рамках обыденных социокультурных образовательных практик.²

2004; Маклюэн М. Понимание медиа: Внешние расширения человека. Жуковский, 2003; Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США. М., 1966; Луман Н. Введение в системную теорию. М., 2007; Луман Н. Общество как социальная система. М., 2004; Нейсбит Дж. Мегатренды. М., 2003; Тоффлер Э. Третья волна. М., 1999.; Тоффлер Э. Шок будущего. М., 2008; Турен А. Возвращение человека действующего. Очерк социологии / пер. с фр. Е.А. Самарской. М., 1998.; Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб., 2001; Шеннон К. Работы по теории информации и кибернетике. М., 1963.

¹ Квитко А.Ю. Информационная культура личности // Научные ведомости. Серия Философия. Социология. Право. 2010. № 2 (73). Вып. 11. С. 163.

² Соколова Т. Е. Информационная культура школьника как актуальная задача начального образования // Информатика и образование. 2011. № 3. С. 75–85; Цветкова М.С. Модели непрерывного информационного образования: учеб. пособие. М., 2012; Асланукова М. М., Важинская И. А. Деятельностная педагогика в формировании информационной культуры школьников средствами медиаобразования // Непрерывное педагогическое образование.ru. 2013. № 6. С. 2; Скафа Е.И., Кивай Е. Е. Средства формирования информационно-аналитической культуры старшеклассников // Дидактика математики: Проблемы и исследования. 2015. № 42. С. 73–91; Ишханова М. Г. Формирование информационной культуры старшеклассников в контексте требований современного общества // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2015. № 3 (21). С. 100–105; Масленкина А. М., Игнатченко С. Ю. Информационная грамотность младших школьников // Роль и значение науки и техники для развития современного общества: сб. ст. междунар. науч.-практ. конфер. Екатеринбург; Уфа, 2017. С. 139–143; Апиш М. Н. Формирование информационной культуры первоклассников в период адаптации к школе // Концепт. 2017. № Т. 34. С. 113–119; Беспалько В. П. Процесс обучения, управляемый компьютером // Народное образование. 2017. № 5. С. 61–70; Ivashova V., Goncharov V., Erokhin A. and etc. Education in a Digital Society: the Problem of Formation of Information Culture // International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCIET). 2019. Vol. 10. Is. 03. March. Pp. 1341–1347; Nesterova L., Efimova L., Lopatinskaja V. Information Culture to Information Society: a Pattern of Formation // Advances in Social Science, Education and Humanities Research / International Conference on Communicative Strategies of Information Society. 2019. Vol. 289.

Социокультурные аспекты этих процессов были рассмотрены в работах А. С. Ахиезера, А. А. Аузана, А. И. Коломак, Л. А. Коломак, Ю. Д. Красовского, Н. И. Лапина, Н. С. Липовцевой, О. А. Микеевой¹.

Несмотря на обширную литературу, представляется, что проблема коллективного бессознательного в информационной культуре современного российского общества нуждается в специальном исследовании.

Объект исследования: коллективное бессознательное в современном российском обществе.

Предмет исследования: коллективное бессознательное в информационной культуре современного российского общества.

Цель исследования: выявление и анализ роли коллективного бессознательного в структуре информационной культуры современного российского общества.

Для достижения сформулированной цели предполагается решить следующие задачи:

1. Проанализировать методологические подходы к изучению коллективного бессознательного в современной российской культуре.
2. Выявить и изучить роль и функции архетипов в современной культуре российского общества.
3. Выявить и изучить роль и функции неотипов в современной культуре российского общества.
4. Проанализировать методологические подходы к информационной культуре современного российского общества.
5. Выявить и исследовать роль архетипов в информационной культуре современного российского общества.

¹Аузан А. А. Социокультурные коды в экономическом анализе // Журнал новой экономической ассоциации. 2013. № 1. С. 173–176; Ахиезер А. С. Социально-культурные проблемы развития России. М., 1992; Коломак Л. А., Коломак А. И. Социокультурная стратегия исследования проблемы обыденного сознания // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2013. № 2. С. 122–125; Красовский Ю. Д. Социокультурные основы управления бизнес-организацией. М., 2015; Лапин Н. И. Пути России: социокультурные трансформации. М., 2000; Липовцева Н. С. Сущность социокультурного подхода к анализу общественных и межличностных взаимодействий // Этносоциум. 2016. № 12. С. 53–59; Микеева О. А. Анализ парадигмальных оснований социокультурного подхода в социальном познании // Научная мысль Кавказа. 2009. № 1. С. 45–48.

6. Выявить и исследовать роль неотипов в информационной культуре современного российского общества.

Методология и методы исследования. Методологической основой исследования является использование взаимодополняющих методологических подходов к анализу информационной культуры современного российского общества: методологии анализа информационной культуры в рамках теории социальной информации Т. М. Дридзе, методологии социального конструктивизма П. Бергера – Т. Лукмана и развитие его основных положений в работах Б. Барнса и К. Кнорр-Цетина и социокультурного подхода в исследовании внешнего и внутрисистемного влияния на динамику развития информационной культуры общества М. С. Кагана.

Наряду с общенаучными методами в диссертации предполагается использовать комбинацию системно-функционального, системно-структурного и системно-динамического подхода.

Научная новизна исследования заключается в системном анализе информационной культуры и её функций в современном российском обществе а также в описании и исследовании роли и функций архетипов и архетипических образов в информационной культуре современного российского общества. Впервые в отечественных гуманитарных науках проанализированы трансформации архетипов и архетипических образов в современной культуре российского общества и обоснованы концепты неоархетипов и неоархетипических образов в информационной культуре в условиях её цифровизации; описаны и изучены роль и функции социального конструирования в информационной культуре современного российского общества и проанализирована роль социального конструирования в создании и укоренении в коллективном бессознательном неотипов в культуре современного российского общества.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Большинство исследователей в методологических подходах к исследованию коллективного бессознательного в культуре современного российского общества опираются на концептуальный подход К. Г. Юнга, который предлагал методологически дифференцировать архетипы и архетипические образы, то есть трансформированные архетипические матрицы в сфере мифологии, религии и искусства, подвергнутые сознательной переработке в мифах, тайных учениях, произведениях искусства, в которых они приобретали символическое и ритуальное значение, подразумевая возможность адаптации архетипов к эволюции социокультурной сферы жизни общества. Этот методологический подход был развит применительно к области коллективного бессознательного в работах М. Элиаде, П. Флоренскорго, Д. Хендерсона, Э. Дюркгейма, И. Гофмана. Современные исследователи, опираясь на базовые идеи К. Г. Юнга и его последователей, обратились к выявлению новых форм коллективного бессознательного – эволюционирующих форм коллективного бессознательного в форме стереотипов массового сознания (У. Липпман, Д. Рисман, К. Леви-Стросс, Дж. Гонас, отечественные ученые И. С. Кон, Н. И. Лапин и др.), основанных на социальном конструировании – неотипов (работы А. И. Ющенко, В. Ю. Емельянова, Е. Д. Жукова, В. К. Захарова, Р. С. Лаво). Методологическим основанием исследования современных форм коллективного бессознательного стал предметно-деятельностный подход к культуре, сформулированный в работах М. С. Кагана, который и представляется в качестве наиболее эффективного для изучения эволюции форм коллективного бессознательного в современной российской культуре.

2. Мифологизированные архетипические образы, укоренённые в коллективном бессознательном, которые следует отличать от устойчивых к изменениям архетипов, по мере развития региональных и локальных вариаций развития отечественной духовной культуры подкреплялись в рамках символического универсума традицией, а в современном обществе в

качестве рудиментарных универсалий продолжают своё бытование в социально-экономической, социально-политической и социокультурной подсистемах социальной системы современного российского общества. Они выполняют функции поддержания преемственности в развитии культуры, интеграции нормативно-ценностного регулирования в основных подсистемах жизни современных россиян.

3. Процессы развития информационно-коммуникативных технологий привели к генезису и формированию высокоэффективных ментальных структур коллективного бессознательного – неотипов. Неотипы, будучи социально конструктивны по своей природе, содержат и раскрывают социокультурную реальность как сконструированную, произведённую и оцененную реальность, вошедшую в культурно-исторический опыт и ставшую фактом культуры. Неотипы превратились в важный инструмент управления людьми и массовой культурой, что привело к начавшемуся процессу гибридизации современной экономики и современной массовой культуры.

4. Информационная культура в современном цифроориентированном мире становится важным фактором развития всех сфер жизни – от социализации человека до его продуктивной деятельности во всех сферах жизни: социально-экономической, социально-политической и социально-культурной. Информационная культура является основанием для воспроизводства социальной системы и её подсистем, формирования аксиологической сферы и различных форм идентичности; выступает в качестве медиатора между социальными традициями, сложившимися в процессе исторического развития общества, и социальными инновациями, способствуя адаптации общества к вновь возникающим социальным практикам и моделям поведения; являющаяся субкультурой информационной культуры общества медиакультура превратилась с использованием современных информационно-коммуникативных технологий в важнейшее средство управления массовым сознанием,

формируя и адаптируя к современным формам социокультурной деятельности коллективное бессознательное.

5. Информационная культура современного российского общества продемонстрировала эффективность в условиях многосоставности и пространственной неравномерности развития российских регионов; она проявила себя как медиатор при взаимодействии и взаимодополнении архетипических, неоархетипических и неотипических оснований в нормативно-регулятивной сфере жизнедеятельности современного российского общества, обеспечив адаптацию технологических и социокультурных изменений к воспроизводству и развитию социально-экономической социально-политической и социокультурной подсистем отечественной культуры.

6. В современном российском обществе, развивающемся как социальная целостность в условиях формирования основ информационного общества на основе использования современных информационных технологий и развития различных сфер виртуальной реальности, широко распространилась практика социального конструирования как в сфере актуальной, так и в сфере виртуальной реальности в области коллективного бессознательного использованием средств массовой информации, рекламы и компьютерных игр. Социальное конструирование способствовало реактуализации архетипических образов, адаптированных к современности неоархетипических образов, и генерированию и распространению на основе возникновения новых социокультурных практик неотипических образов в современной российской массовой культуре.

Теоретическая значимость исследования определяется тем, что основные результаты диссертационного исследования раскрывают роль и значение архетипов, неоархетипов и неотипов как системных элементов коллективного бессознательного в трансформации и эволюции культуры современного российского общества.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования результатов диссертационного исследования при разработке целевых программ и проектов развития культуры на различных уровнях современного российского общества – федеральном, региональном и локальном; материалы и результаты диссертационного исследования могут быть использованы при подготовке учебников и учебных пособий, различного рода учебно-методических материалов для различных уровней высшего образования, а также в практической социально-культурной деятельности.

Соответствие диссертации паспорту специальности. Тема и содержание диссертации соответствуют научной специальности 24.00.01 – Теория и история культуры по отрасли культурологии, в том числе пунктам: 1.8 Генезис культуры и эволюция культурных форм; 1.9. Историческая преемственность в сохранении и трансляции культурных ценностей и смыслов; 1.11 Взаимоотношение универсального и локального в культурном развитии; 1.12. Механизмы взаимодействия ценностей и норм в культуре; 1.14. Возникновение и развитие современных феноменов культуры; 1.15. Роль культурного наследия в жизнедеятельности общества; 1.16. Традиции и механизмы культурного наследования; 1.24. Культура и коммуникация; 1.33. Институты культуры и их функции в обществе; 1.34. Культура профессиональных сфер деятельности (правовая, политическая, экономическая, административная и др.).

Степень достоверности и апробация результатов исследования. Достоверность полученных в процессе диссертационного исследования положений и выводов подтверждается результатами использованных в процессе анализа результатов социологических исследований, анализа литературы по проблеме и использованными в диссертации релевантными методологическими подходами и методами исследования научной литературы и источников.

Результаты, полученные в ходе проведённого исследования, получили апробацию в научной и педагогической практике, в том числе: основные положения диссертационного исследования отражены в 7 научных публикациях общим объёмом 1,2 п.л., в том числе в 3 статьях, опубликованных в ведущих научных журналах, определённых Высшей аттестационной комиссией при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации, а также научных статьях в изданиях, индексируемых в РИНЦ, тезисах докладов, опубликованных по результатам выступления на конференциях:

Структура диссертации обусловлена целями и задачами исследования и состоит из введения, двух глав, разделенных на параграфы, заключения, списка литературы. Общий объем диссертации 24 страниц. Список литературы включает 540 наименований.

ГЛАВА 1

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КОЛЛЕКТИВНОГО БЕССОЗНАТЕЛЬНОГО В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ КУЛЬТУРЕ

1.1 Методология анализа коллективного бессознательного в современной российской культуре

В современной культурологии, рассматривающей глобальную культуру как сложную многоуровневую иерархически сложившуюся в процессе эволюции человечества систему, характеризующуюся определёнными уровнями гомогенности и гетерогенности в рамках мегарегиональных культур, порождённых цивилизационным развитием, можно наблюдать культурные универсалии, присущие в равной мере всем культурам.¹

М. Фуко пытался выделить универсальные системы кодов культуры, присущие её проявлениям в различных человеческих сообществах.² Т. Парсонс считал культурные универсалии общими предметными и институциональными объективациями присущими социальной деятельности человека в сфере культуры.³ Под культурными универсалиями известный российский учёный В.С. Стёпин предложил понимать «некоторые схематизмы, посредством которых фиксируется человеческий опыт».⁴

Антрополог Д. Браун попытался классифицировать культурные универсалии по степени их универсализма, выделяя абсолютные универсалии (де-факто архетипы К.Г. Юнга); наблюдаемые универсалии в социокультурных практиках людей в предметных действиях и межличностных взаимоотношениях; условные универсалии, основанные на

¹ Пассмор Дж. Культурные универсалии // Философские науки. 1990. №1. С. 110–113.

² Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. пер. с фр. В. П. Визгина и Н. С. Автономовой. СПб., 1994.

³ Парсонс Т. Социальное действие. М., 2000.

⁴ Стёпин В. С. Философия и универсалии культуры. СПб., 2000. С. 11.

причинно-следственных детерминантах – например, ориентация направления письма; статистические универсалии, основанные на сходстве социокультурных практик в однотипных ситуациях в различных локальных культурах; универсальные группы, обусловленные использованием сходного инструментария в коммуникативных взаимодействиях в различных культурах.¹

Концепты культурных универсалий восходят к учению К.Г. Юнга о коллективном бессознательном в обществе. Согласно методологии исследования коллективного бессознательного К.Г. Юнга, коллективное бессознательное имеет истоки в архаических временах, запечатлённых в специфической форме архетипов, универсальный и трансличностный характер накопленного человечеством опыта социальных взаимодействий в различных ситуациях, своеобразная матрица исторически сформировавшегося и накопленного человеческого опыта.² По мнению К.Г. Юнга, важнейшим свойством памяти является способность устанавливать и поддерживать ментальное взаимодействие с образами, вытеснёнными в подсознание в процессе эволюции человечества.³

Концепт архетипа в теории К.Г. Юнга рассматривал их в качестве предобразов, которые актуализируются на уровне подсознания, генерируют активацию образной деятельности и отражаются в различных формах активности мозга: в сновидениях, в религиозных видениях, в фольклорных произведениях. Подобие сюжетов и структуры архетипических схем в религиозных и фольклорных текстах проявляется в различных культурных традициях, что свидетельствует об их общечеловеческом коллективном социокультурном бытовании в рамках поля коллективного бессознательного.

Согласно классификации К.Г. Юнга, бессознательное является иерархической структурой. Наряду с индивидуальным бессознательным,

¹ Браун Д. Человеческие универсалии, человеческая природа и человеческая культура. Дедал. 2004. № 133 (4). С. 47–54.

² Юнг К.Г. Психология бессознательного / пер. с англ. Изд. 2-е. М., 2010. С. 111.

³ Jung K. The archetypes and The Collective Unconscious. Princeton, 2012.

включающим неосмысленный личный опыт и вытесненный на периферию персонального сознания в процессе повседневной жизнедеятельности человека, в подсознании иерархически упорядочены локусы коллективного бессознательного, которое, по сравнению с концептуальным подходом К.Г. Юнга, выделявшим три уровня (семьи, от локального сообщества до нации, всего человечества), имеет многоуровневый характер. Можно выделить коллективное семейное бессознательное; коллективное бессознательное соседского сообщества, коллективное бессознательное локального сообщества, коллективное бессознательное регионального сообщества, коллективное бессознательное этноса, коллективное бессознательное гражданского сообщества коллективное бессознательное цивилизационных ареалов и, наконец, коллективное бессознательное всего человечества.

Как полагал К.Г. Юнг, архетипы представляют собой своеобразную рамку предобразов, что можно обозначить как *images terminus ad quem*, то есть в дособытийном поле возможных моделей развития взаимодействия акторов социально-коммуникативных взаимодействий. Эта рамка активизируется и наполняется конкретным содержанием в рамках контаминации с информацией, отражающей конкретный сознательный опыт. Актуализируется и распространяется она в форме контура поведенческой модели в процессе спонтанного социального поведения или в процессе мифотворчества, в рамках которого она трансформируется в мифологический образ, позволяющий «невольные высказываться о бессознательных душевных событиях».¹ К.Г. Юнг считал, что в условиях эмоционально активированных состояний: «во сне, при душевных недугах и т.п. – на поверхность выходят такие психические продукты, которые несут на себе все приметы дикарского состояния души, и при том не только по своей форме, но по своему смысловому содержанию».² По мнению Л.Г. Дмитренко и Г.Г.

¹Аверинцев С.С. Архетипы // Мифы народов мира. М.: Издательство восточной литературы, 1991. Т. 1. С. 110.

² Юнг К.Г. Феномен духа в искусстве и науке. М., 1992. С. 140.

Воробьева, информационные концепции сознания позволяют рассматривать архетипы в качестве матрицы репрезентации образов, продуцируемых сознанием.¹

Причём К.Г. Юнг полагал, что коллективное бессознательное в результате адаптации сознания к происходящей в обществе эволюции включает в себя и проекции будущих ситуаций, однако не раскрыл подробно направление эволюции коллективного бессознательного в этом направлении.²

Архетипы, согласно К.Г. Юнгу, обладают мощной силой воздействия на человеческие эмоции, обладают свойствами внушения и вовлечения в накопленный и отфильтрованный историей трансперсональный социальный опыт моделей различных ситуаций социально-коммуникативного взаимодействия, потому что основываются на константах универсального в человеческой природе.³

Архетипы, как представлялось К.Г. Юнгу, являются результатом накопления в опыте повседневной человеческой жизни на протяжении тысячелетий своеобразной программы поведения в повторяющихся ситуациях, наследуясь на уровне генетической наследственности в априорных формах. Это отражает пределы вариативности ситуаций взаимодействия людей с природой и другими людьми, в которых, несмотря на кажущееся многообразие единичных событий, существует связывающее их повторяющееся во времени и пространстве типическое общее. Архетип представлялся К.Г.Юнгу в качестве комплекса культурно-психологических универсалий, присущих человечеству и реализующийся в условиях эмоционально напряжённой ситуации выбора модели поведения.⁴

К.Г. Юнг в этой связи писал, что «архетип означает типос, определённое образование архаического характера, включающее равно как

¹ Дмитренко Л.Г., Воробьев Г. Современные аспекты аналитической психологии. М., 1998.

² Юнг К.Г. Архетип и символ. М., 1999. С. 39.

³ Юнг К.Г. Психология бессознательного. С.73.

⁴ Юнг К.Г. Сознание и бессознательное. СПб. – М.,1997. С. 68–69.

по форме, так и по содержанию мифологические мотивы. В чистом виде мифологические мотивы появляются в сказках, мифах, легендах и фольклоре».¹ Можно предположить, что архетипические модели нереплексивного поведения человека проявляются в форме интуиции по определению социальных ситуаций и способам поведения в них.²

По мнению К.Г. Юнга, психическая сфера индивида представляет собой диалектическое единство бессознательного и сознательного. В архаических и религиозных культурах сновидения и видения имеют сакральное значение, коллективно интерпретируются и переживаются, являются основанием ритуальных форм медиации и культовой обрядности.

К. Г. Юнг предлагал методологически дифференцировать архетипы и архетипические образы, то есть трансформированные архетипические матрицы в сфере мифологии, религии и искусства, подвергнутые сознательной переработке в мифах, тайных учениях, произведениях искусства, в которых они приобретали символическое и ритуальное значение, изъясняющее латентный смысл, в них заключённый.³

Развивая идеи К. Г. Юнга, известный исследователь мифологии М.Элиаде сформулировал универсалистскую парадигму методологического подхода к архетипам: «Осмыслив собственную антропологическую символику, которая является не чем иным, как вариантом архаической системы символов, современный человек овладеет новым сущностным измерением, неведомым экзистенциальному: это подлинная и наивысшая модальность бытия, которая уберёжет человека от нигилизма и исторического релятивизма, при этом не отрывая его от истории».⁴ М.Элиаде рассматривает архетипы как вневременные ритуализированные основания конституирования мировидения людьми сквозь призму универсалистских представлений социальной жизни вне конкретных пространственно-

¹ Юнг, К. Г. Аналитическая психология. М., 1994. С. 31.

² Яковлев А.И. Интуиция // Социально-гуманитарные знания. 2010. № 2. С. 123–141.

³ Юнг К. Г. Об архетипах коллективного бессознательного // Вопросы философии. 1988. № 1. С. 141.

⁴ Элиаде М. Космос и история. Избранные работы. М., 1987. С. 146.

временных локусов. Архетипы, реализуемые в конкретных культурах, согласно концептуальному подходу М. Элиаде, детерминированы этими культурами и их исторической эволюцией, и актуализируются в этих культурах как праформы матриц реализации социальных действий.¹

Отечественная исследовательница М.Г. Иванова предлагает понимать под архетипическими образами (которые она всё же называет архетипами) «единую систему архетипов, представляющих собой сочетание бессознательного и сверхсознательного (или трансцендентного, надсознательного) опыта человечества, объективно выраженного в коллективных или индивидуальных символах и образах».² Известный российский богослов и философ П. Флоренский отмечает наличие «схем человеческого духа».³ Опираясь на методологию теории архетипов К. Г. Юнга применительно к сфере культуры, Д. Хендерсон сформулировал концепцию культурного бессознательного как мембраны в форме исторической памяти, занимающей промежуточное положение между коллективным бессознательным как общечеловеческим наследием и исторически сформировавшейся конкретной культурой.⁴

Коллективное архаическое бессознательное представляет наследуемую форму духовного культурного наследия, в котором, как считает В. М. Видгоф, человек выступает как хранитель и распространитель психических состояний безотносительно к его содержанию».⁵ Впрочем, такая точка зрения представляется несколько упрощённой, ведь в реальности выбор архетипических элементов матрицы коллективного бессознательно во многом проистекает под влиянием конкретных жизненных ситуаций, в

¹Никонович Н.А. Онтология архетипов: от мифологической к трансперсональной парадигме // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия А. Гуманитарные науки. 2006. № 7. С. 74 – 80.

² Иванова М.Г. Методологические проблемы исследования архетипических мотивов коллективного бессознательного // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2017. № 10-2 (84). С. 58 // [URL:https://elibrary.ru/contents.asp?id=34535843](https://elibrary.ru/contents.asp?id=34535843).

³ Флоренский П. А. Столп и утверждение истины. Ч. 1, 2. М., 1990. С. 678.

⁴ Хендерсон, Д. Культуральное бессознательное // Хендерсон, Д. Психологический анализ культурных установок : пер. с англ. М., 1997. С. 154 – 155.

⁵Видгоф В.М. Целостность эстетического сознания: деятельностный подход (опыт философского анализа). Томск, 1992. С. 47 – 48.

которые человек оказывается вовлечённым не только под влиянием этой матрицы, но и под воздействием лично осознаваемого отрефлексированного жизненного опыта и опыта первичной социализации, который реализуется в рамках постижения сказочно-мифологических сюжетов, отобранных данным обществом и представленным в выбранном варианте и эмоциональной тональности. Например, несмотря на универсальную типологичность сказочных сюжетов, их изложение находится под влиянием социально-культурного контекста данного сообщества, в котором бытуют сказки.¹ Как отмечал К.Г. Юнг, «в мифах и сказках, как и в сновидениях, душа повествует свою собственную историю, и взаимодействие архетипов обнаруживается в своём естественном обрамлении...»² Тем самым сказки характеризовались исследователем как средство репрезентации и устного тиражирования архетипов и архетипических образов.³ В письменную эпоху архетипические универсалии были имплантированы в авторские сказки, в основании которых лежали сказки и мифы дописьменной эпохи.

В дописьменную эпоху в культуре ретрансляция мифологических и сказочных произведений происходила в рамках устной традиции, которая предполагала не только межпоколенную передачу текстов сказителями, но и их коллективное слушание разновозрастными аудиториями. Как отмечал В.Я. Пропп, «сказка, народная сказка есть повествовательный фольклорный жанр. Он характеризуется своей формой бытования. Это рассказ, передаваемый из поколения в поколение только путём устной передачи. Этим бытование народной сказки отличается от бытования искусственной, или литературной, сказки, которая передается путем письма и чтения и не меняется»⁴. С распространением книжной культуры архетипы

¹Uther H. J. Hans-Jörg. The Types of International Folktales: A Classification and Bibliography. *Parts I–III*.

Helsinki: Suomalainen Tiedekatemia (Academia Scientiarum Fennica). Second printing. 2011.

² Юнг К. Г. Душа и миф: шесть архетипов. Киев, 1996. С. 300.

³ Кулагин Д.Л. Мифологические архетипы в русских народных сказках // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики // Грамота, 2016. № 6(68): в 2-х ч. Ч. 1. С. 91 – 95 // URL: <https://elibrary.ru/contents.asp?id=34235336>.

⁴ Пропп В. Я. Русская сказка... С. 24 – 25.

имплантируются в книжную индивидуализированную культуру, памятники которой стали сохраняться в специальных хранилищах – семейных собраниях, церковных, монастырских книгохранилищах и библиотеках феодалов.¹ Укоренённые в развивающейся культуре, культурные архетипические образы можно рассматривать в качестве универсальных сформировавшихся в процессе селективного исторического отбора репрезентативных символически означенных культурных формах, которые используются, в том числе, и в различных сферах художественного творчества (включая авторские сказки, жанр фэнтези и т.п.). Они выполняют в современном обществе моделирующее-регулятивные функции социально-коммуникативной сферы жизни современного общества.²

Как писал В.Я Пропп, «сказка сохранила прошлое настолько полно, верно и хорошо, что обряд или иное явление прошлого только через сказку получает свое настоящее освещение».³ Исследователи русских народных сказок, например, отмечают тесную связь русских народных сказок и тотемных персонажей верований древних славян.⁴ Сказки формируют жизненные сценарии детей, актуализируя архетипы, которые имплантированы в их содержание.⁵

Можно предположить, что жизненные сценарии, как и конкретные персонажи и матрица их поведения в этих конкретных типологических ситуациях, восходят к архетипическим основаниям: большинство людей активизирует сценарное поведение под воздействием стрессовых ситуаций, сопровождающихся сильным эмоциональным возбуждением, «и человек

¹Межуев В.М. Феномен книги и национальное в культуре // Общество и книга: от Гутенберга до Интернета. М., 2000. С. 95 – 110

²Флиер А. Я. Культурология для культурологов : учеб. пособие для магистрантов и аспирантов, докторов и соискателей, а также преподавателей культурологии. М. - Екатеринбург: Деловая книга, 2000. С. 233; Колчева Э.М. Понятие «культурный архетип» как инструментальный анализа национального искусства //Знание. Понимание. Умение. 2015. № 1. С. 254 – 263 // URL:http://www.zpu-journal.ru/zpu/contents/2015/1/Kolcheva_Cultural-Archetype/24_2015_1

³Пропп В. Я. Морфология «волшебной» сказки. Исторические корни волшебной сказки. Сост., науч. ред., текстологич. комментарий И. В. Пешкова. М., 1998. С. 13.

⁴Сергеева А. А. Дорога в тридесятое царство. Славянские архетипы в мифах и сказках. в 2-х т. М., 2016. Т. 2.

⁵Берн Э. Люди, которые играют в игры // Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. М., 1998. С. 188.

воспроизводит ранние, основанные на эмоциях решения».¹ Причём общая линия жизни людей в большинстве случаев соответствует матрице их жизненных сценариев.²

Как отмечал К.Г. Юнг, архетипы могут продуцировать и проективные сценарии: имея реальную психическую энергетику, архетипические образы могут «не только пробуждать те или иные эмоции в представителе определённого этноса, но и побуждать его совершать действия, далеко выходящие за рамки обыденных».³ Вопреки мнению В.В. Зеленского, опиравшегося на высказывание К.Г. Юнга, что архетипов столько, сколько человеческих историй, и утверждавшего, что теоретически можно предположить «любое число архетипов»,⁴ количество сценарных ситуаций в архетипической матрице в силу ограниченности самих форм социальных коммуникаций и социальной деятельности в архаические эпохи конечно, что и предопределяет ограниченный набор моделей социальных взаимодействий и их результатов в архетипах.

Коллективное бессознательное в форме архетипов, помимо генетического межпоколенного наследования, неизбежно должно было реализовываться как психическая подсистема автопоэзийной самоорганизующейся системы, описанной Н. Луманом, в коммуникативной подсистеме. Н. Луман указал на взаимосвязь и взаимообусловленность психической и коммуникативной подсистем. Хотя, следует оговориться, под психической подсистемой Н. Луман понимал совокупность реализующихся в процессе социально-коммуникативной деятельности индивидуальных сознаний. Вместе с тем, нельзя не видеть в основании архетипических матриц восприятия мира своеобразную архаическую логику, которая была

¹ Чиркова М.А. Анализ жизненных ситуаций на материале авторских сказок // Ярославский педагогический вестник. 2008. № 2 (55). С. 76.

² Там же.

³ Юнг К.Г. Архетип и символ... С. 284.

⁴ Зеленский В.В. Архетип // Зеленский В.В. Толковый словарь по аналитической психологии (с английскими, немецкими эквивалентами). Изд. 3-е, испр. и доп. М., 2008. С. 47.

выявлена известным исследователем архаических форм культуры структуралистом К. Леви-Строссом.¹

Поэтому представляется некорректным предполагать, что в современной культуре может происходить расширение существующих в рамках архетипической матрицы новых архетипов. В процессе эволюции индивидуального сознания между индивидуальным сознанием и коллективным бессознательным углубляется когнитивный диссонанс. Медиатором между этими элементами человеческого сознания выступает религия как социальный институт, опирающийся на религиозные догматы или сакральное, позволяющее адаптироваться к социокультурным изменениям, преодолевая ограниченность архетипической традиции. При этом можно утверждать, что адаптация архетипов к современным социокультурным ситуациям возможна, но лишь в форме аллюзии или метафоры. Например, это относится к использованию архетипов в таком

¹ Леви-Стросс К. Мифологии в 4 томах. Т.1: Сырое и приготовленное. СПб., 1999.

направлении современной рекламы как мифодизайн,¹ в массмедиа,² в политике,³ в религии⁴.

Культурообразующие архетипы, включающие основные архетипы базисных основ человеческой экзистенции – хаоса и порядка, гендерной дифференциации, добра и зла и т.п., образуют своеобразные фильтры переработки и тиражирования опыта поколений и различных социальных общностей в упорядоченном наборе ситуаций социальных взаимодействий. Именно универсальные культурные архетипы и архетипические образы задают рамки процессов воспроизводства культуры, её преемственности и определённой консервативности, обеспечивающей устойчивое поступательное развитие, создавая и поддерживая баланс традиционного и инновационного.

Важнейшим элементом культуры, опосредованным воздействием архетипов, является историческая память, интегрирующая коллективное бессознательное в мифологизированном и героизированном, освящённая

¹ Белоусова К.И., Тетерина Е.В. Архетипы в рекламе // Актуальные проблемы авиации и космонавтики,

2013 Т. 2 № 9 С. 236 – 237; Галямов А.Р. Архетип как основная формообразующая модель рекламного дискурса // Вестник Башкирского университета, 2012 Т. 17 № 1 С. 211-213; Долганов А.С. Теория архетипов К.Г. Юнга как инструмент мифодизайна в сфере проектирования и управления брендами // Евразийский союз ученых, 2016 № 2-3 (23). С. 17 – 19; Зиннатуллина Ю. Ш. Архетипы в рекламе: социально-философский анализ // Вестник Башкирского университета. 2013. № 4. С. 1221 – 1223 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/arhetipy-v-reklame-sotsialno-filosofskiy-analiz>; Калининченко С.С. Архетип как один из приёмов построения рекламы в рамках технологии мифодизайн // Сборники конференций НИЦ Социосфера, 2011 № 9 С. 149 – 153; Пендикова И.Г. Архетип и символ в рекламе: учеб. пособие / Л.С. Ракитина, ред.: Л.М. Дмитриева, И.Г. Пендикова. М., 2015; Рахманов С.С. Анализ эффективности интернет-рекламы и использование архетипов // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (Новочеркасского политехнического института), 2016 № 4 С. 47 – 54; Ульяновский А.В. Мифодизайн: Коммерческие и социальные мифы. СПб., 2005; Ульяновский А.В. Мифодизайн в рекламе : учеб. пособие. СПб., 2011.

² Александров В.Б. Архетипы провинциального сознания как проблема информационной политики // Управленческое консультирование. 2018. №5. С. 143 – 151; Афанасьева Е.Н. Архетипические элементы в массовом сознании современного российского общества (аспекты использования в технологиях рекламы и PR) (По результатам социологических исследований в г. Красноярске в 2003 – 2004 гг.): автореф. дис... канд. социол. наук: 22.00.06. Красноярск 2005; Ерофеева Ирина Викторовна Архетип в медиатексте: возможности и особенности воспроизведения // Вестник ЗабГУ. 2009. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/arhetip-v-mediatekse-vozmozhnosti-i-osobennosti-vosproizvedeniya>; Хочунская Л.В. Средство массовой информации как диалог архетипов // Вестник РУДН, серия Литературоведение. Журналистика, 2010, № 2. С. 89 – 95; Цуканов Е.А., Цуканова И.В. Мифологический архетип как основа имиджа телеведущего: чудесные метамарфозы образа в современных массмедиа // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2012, № 2. С. 227-232.

³ Шомова С.А. От мистерии до стрит-арта. Очерки об архетипах культуры в политической коммуникации. М., 2016.

⁴ Петрушкевич М.С. Особенности конструирования моделей массовой религиозной коммуникации // Studia Humanitatis. 2017. № 2 // URL: <http://st-hum.ru/en/node/548>.

религиозным сакральным и политическим рациональным, которые в наибольшей степени пребывают вне логической рефлексии, а служат основанием самоидентификации в конкурентном геокультурном пространстве.¹ Конструируя идеализированно возвышенное прошлое прямых предков в семье, своего локуса, своего народа и своей страны, эта грандиозная картина прошлой жизни устремлена в нынешний век и в век будущий, являясь вдохновляющей духовной силой для естественных устремлений людей к прекрасному далёко.²

В этом пространственно-временном континууме прошлого-настоящего-будущего архетипы являются существенными смыслообразующими элементами исторических традиций, соединяющие локальное, опосредованное и детерминированное конкретным историческим опытом, и глобальное, геокультурно позиционируя государство и населяющие его народы в глобальном человеческом сообществе, являясь своеобразным социальным ретранслятором сущностных элементов данной культуры как целостного образования в поликультурной глобальной социальной миросистеме. Исследователями были условно выделены основные базовые архетипические образы — Правитель, Герой, Мудрец, Хранитель, Искатель, Друг, Эстет, Ребёнок.³ Эти базовые архетипические образы послужили источниками классификации по типам личности — архетипический образ Ребёнка vs архетипический образ Творца; архетип Анима vs архетип Матери / архетип Хранителя, архетип Анимуса / архетип Повелителя/ архетип Героя /архетип Воина vs архетип Осуществления, архетип Мудреца vs архетип Отца/ архетип Троицы, архетип Трикстера vs архетип Искателя, архетип Друга vs архетип Антропоса; по экзистенциальному содержанию (архетип Тени, архетип Трансформации, архетип Смерти-Возрождения, архетип Целостности, архетип Круга, архетип

¹ Wahl C.W. The Relation Between Primary and Secondary Identifications: Psychiatry and the Group Sciences // American Voting Behavior/ Ed. E.Burdick and A.J.Brodbeck. Glencoe, 1959. P. 263.

²Жаде З.А. Векторы геополитической идентичности. Майкоп, 2007. С. 105 – 106.

³Лытов Д.А., Орский В.В. «Управляющие» и «лидеры» в соционике и теории Майерс-Бриггс // Соционика, ментология и психология личности. 2001. № 6. С. 23 – 33

Жизни, архетип Разрушения, архетип Пути); архетипы времени (архетип Счастливого Детства, архетип Золотого века); архетипы мироустройства (архетип Земли, архетип Оси мира, архетип Осевого времени, архетип Мирового дерева).¹

Возникает закономерный вопрос – почему архетипы в целом остались в устойчивом неизменном состоянии на протяжении многих веков? Как следует из сказанного выше, архетипы возникли в период тесных коммуникаций населявших Землю людей, в рамках общего социально-коммуникативного пространства и тесного общения племён, то есть, видимо, в период относительно компактного проживания людей, ещё не начавших заселять отделённые океанами континенты, в догосударственный или потестарный период человеческой истории. В эту эпоху существовало ещё общее социально-коммуникативное пространство, не разделённое естественными географическими природными преградами и государственными границами, когда общее социокультурное пространство еще не было разделено по дихотомическим оппозициям «мужская культура – женская культура», «коллективистская культура – индивидуалистская культура». ² Эпоха генезиса и развития архетипов – это эпоха, когда одомашнивание растений и животных ещё не переросло в фактор, влияющий на их категоризацию в культуре, а люди воспринимали окружающий мир природы ещё сходным образом. ³ Причём, как показали исследования учёных во второй половине XX века, если структура передаваемых текстов является универсальной в культурном отношении и соответствует социокультурным практикам повседневной жизни, то различия в их запоминании и передаче не существенны. ⁴ Кроме того, важнейшим индикатором неразделённости культуры эпохи возникновения и развития

¹Хиллман Дж. Миф анализа: три очерка по архетипической психологии. М., 2005.

²Hermans H.J., Kempen J.G. Moving cultures: The perilous problems of cultural dichotomies in a globalizing society // *American Psychologist*. 1998. Vol. 53. P. 1111.

³Berlin B. Ethnobiological classification: Principles of categorization of plant and animals in traditional societies. Princeton, 2016. P.XI.

⁴Cole M., Gay J., Click J., Sharp D. The cultural context of learning and thinking. London, 1972.

архетипов и общности исторической судьбы различных сообществ, тесно контактировавших друг с другом и имевших общее социокультурное поле, наполненное универсальными морально-нравственными императивами, являются факты различия морально-нравственных установок в более поздние эпохи. Это обусловлено различием в историческом опыте, разделении культур и автономности их эволюции в рамках вновь возникавших социокультурных сообществ с различием в религиозных и социально-нравственных установках.¹

Поэтому архетипы, возникшие на стадии общего социокультурного пространства человечества, остались неизменными, не эволюционировали во времени ни под влиянием социокультурной дифференциации, ни кросс-культурных связей. Вместе с тем, бессодержательность природы архетипов за счёт сопровождения их проявления в эмоциональном контексте позволяет архетипам оказывать мощное, хотя и не осознаваемое человеком воздействие на область бессознательного, потому что они отражают универсалии в социокультурной жизни и повседневных социокультурных практиках.

В условиях расселения человечества по различным континентам, разделенным естественно-историческим преградами, приспособления переселенцев к различным природным условиям, под влиянием различий в организации жизни, генезиса государственности хаотично и разнонаправленно начала эволюционировать и некогда универсальная архаическая культура.²

С разделением народов и культур на смену им пришли стереотипы, а архетипы сохраняли своё значение как универсальные социально-психологические категории, свидетельствующие об общей прародине

¹Rottman J., Kelemen D. Aliens behaving badly: Children's acquisition of novel purity-based morals // *Cognition*. 2012. V. 124. № 3. September 2012. P. 356 – 360; Graham, J., Nosek, B. A., Haidt, J., Iyer, R., Koleva, S., Ditto, P. H. Mapping the moral domain. // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2011. № 101(2). P. 366 – 385 // URL: <http://dx.doi.org/10.1037/a0021847>; Shweder R.A., Much N.C., Mahapatra M., Park L. The «big three» of morality (autonomy, community, divinity) and the «big three» explanations of suffering // Brandt A.M., Rozin R. (Eds.) *Morality and health*. New York, 1997. P. 119 – 169.

²Князева Е.Н., Курдюмов С.П. Синергетика. Нелинейность времени и ландшафты коэволюции. М., 2007.

человечества. Это было обусловлено тем, что в новых условиях разделённости культуры оказались «рассортированными по чётко определённым ячейкам (т.е. социальным пространствам с определёнными границами)»¹. Как справедливо отмечал С. Хантингтон, в основе различия культур лежит общий опыт истории, а цивилизация означает культурную целостность».²

Стереотипы являются результатом развития культурных форм в рамках формирования устойчивых норм идеала в различных сферах жизни античного и средневекового обществ – канонов, то есть идеальных образцов, символизирующих преемственность и устойчивость культур. Канон олицетворяет собой наиболее жёсткую разновидность структуры традиции, изначально представляя собой идеальный артефакт, выступающий как образец совершенства, и, с другой стороны – в качестве предписанта правил достижения санкционированного в данной культуре образа совершенства: эта модель оказывается образцом и критерием положительной оценки произведений искусства, воплощающих художественный канон: «В искусстве и религии генетически канон возникает в процессе разрушения, распада целостного, универсального мифологического сознания. Здесь, в каноне, общество стремится... сохранить целостность и устойчивость структуры данной формы сознания».³

Как писал К. Леви-Стросс, «совокупность обычаев народа образует стиль или модель обыденной жизни»⁴. Каноны в религиозных традициях, в ремесленных изделиях, в соблюдении традиционной обрядности как «форма трансляции социального опыта, через освоение каждым поколением не только предметного мира культуры, но и культурных ценностей, образцов

¹ Geertz, C. Available Light: Anthropological Reflections on Philosophical Topics. Princeton, 2000. P. 76.

² Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. М., 2014. С. 47.

³ Ромаха О.В. Культурология. Теория культуры. Тамбов, 2002; Попов Александр Иванович Канон как социокультурное явление, его сущность, структура и функции // Аналитика культурологии. 2015. № 2 (32). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kanon-kak-sotsiokulturnoe-yavlenie-ego-suschnost-struktura-i-funktsii>.

⁴ Леви-Стросс К. Печальные тропики. М., 2010. С. 78.

поведения».¹ На протяжении эпох Античности и Средневековья развитие культуры развивалось как накопление культурных форм, размывавших каноны, расшатывавших устойчивые формы традиционных социокультурных практик инновационными, хотя сфера культуры обладает наибольшей инерционностью в социальных системах.

В рамках традиций, подкреплённых архетипами, архетипическими образами и канонами, формировались стереотипы. И.С. Кон рассматривал стереотипы как элемент профанного обыденного сознания.² У. Липпман определял стереотипы как упорядоченные, детерминированные культурой образы мира в сознании человека, которые определяют восприятие и интерпретацию сложных социальных объектов и ситуаций.³ Исследователями выделяются стереотипы поведения, восприятия, интерпретации и представления как культурных универсалиях присущих всем сообществам.⁴ Стереотипы формируются в рамках трёх последовательных этапов: выравнивания («усреднение» восприятия на основе общественного мнения, основанного на персональном и коллективном опыте), усиления (эмоциональное и символическое означивание) и ассимиляции (типологизация восприятия).⁵

Генезис и развитие массового индустриального общества, предопределили развитие стереотипов, которые, в отличие от архетипов, способны изменяться в зависимости от динамики внешних социокультурных условий.⁶

Массовая культура основана на массовом производстве и массовом потреблении, регулируемых как правовыми, так и социокультурными

¹ Raven В.Н. Social influence and power // Steiner I.D., Fishbein M. (Eds.). *Currentstudiesinsocialpsychology*. NewYork, 1965. P. 376.

² Кон И.С. Психология предрассудка (О социально-психологических корнях этнических предрассудков) // *Новый мир*. 1966. № 9. С. 187 – 205.

³ Липпман, У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т.В. Барчуновой. М., 2004.

⁴ Бурукина О.А. Национальные стереотипы как культурные универсалии // *Вестник ТГУ*. 2010. № 12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnye-stereotipy-kak-kulturnye-universalii>.

⁵ O'Hara R. *Mediaformillion*. New York, 1961.

⁶ Tillett G. *Resolving Conflict: A Practical Approach*. Oxford, 1999.

стереотипами.¹ Массовое индустриальное общество привело к вытеснению традиционных форм культуры на периферию социокультурной сферы и развитию таких отличительных черт массовой культуры, как преобладание потребительского отношения к артефактам материальной и духовной культуры, приобретаемым в качестве коммерческих продуктов, массовое тиражирование этих артефактов с помощью индустриальных технологий, продвижение их с помощью средств массовой информации и рекламы.²

Как справедливо полагал Д. Рисмен, человек массового индустриального общества ориентирован на импульсы внешней среды, улавливая тенденции моделей стиля жизни, моды и предписаний рекламы, превратившись в человека-локатора.³

Стереотипы, призванные упростить восприятие сложной картины окружающей реальности, подкреплённые эмоциональным означиванием и бинарные по своей структуре, призваны довести до автоматизма человеческие реакции, основанные на категоризации событий и поступков, которые в нормах обычного права, регулирующего межличностные и межгрупповые отношения, закрепляют сложившиеся позитивные и негативные оценки обществом типичных поступков, социальных ситуаций и оценок в системе свои – чужие, частное – общественное.

Сама же культура массового индустриального общества, адаптированная под массовое индустриальное производство во всех сферах жизнедеятельности человека – в социально-экономической области – сегментация по социально-демографическим признакам, подразделяющим общество на различающиеся по экономическому и социальному положению отдельные социальные статусные группы. Их статус в массовом индустриальном обществе детерминирован системой факторов: происхождением и доступом к наследуемым ресурсам, профессией, доходом,

¹Коробко Р.В. Особенности архетипа массовой культуры в прикладном поле культурно-информационной деятельности // Ярославский педагогический вестник. 2016. № 1. С. 337.

²Манхейм К. Человек и общество в век преобразования. М, 1991. С. 41.

³Riesmen D. The Lonely Crowd. 2-ed.. New Haven; 2001.

социальным капиталом.¹ К. Гирц характеризовал массовое индустриальное общество как рассортированное по чётко определённым ячейкам, отграниченным чёткими границами.² Рыночные принципы организации социальной жизни в массовом индустриальном обществе проникают во все три основные сферы социальной системы: в социально-экономическую, основанную на тиражировании продуктов массового производства для различных сегментов, в социально-политическую, основанную на организованных по рыночным принципам рынке политических товаров и услуг, «продаже голосов», сегментирования имеющих право голоса граждан под предложения различных политических партий и организаций,³ в социокультурную — в области культуры активно развивались процессы коммодификации культурного наследия и основанная на принципах тиражирования массовых продуктов и услуг социокультурного производства массовая культура.⁴

Сегментированное массовое индустриальное общество требует имплантации в культуру устойчивых моделей организации жизни, которые бы обладали, в отличие от традиционного общества, большей адаптивностью к изменениям, происходящим в обществе. Для этого основная часть общества должна стать восприимчивой к внешнему управлению сознанием в устойчивых рамках однородных социальных сегментов «массовых людей».⁵

И. Гофман выделил механизм распознавания людьми различных типовых ситуаций взаимодействия в массовом обществе, которые он определил как схемы интерпретации, способствующие категоризации событий и организации опыта, в результате чего происходит ориентация

¹Мижеская Э.Ф. Роль статусных отношений в модернизации современной России // Научные труды МИМ ЛИНК. 2009. Вып. 24. С. 180.

²Гирц К. Интерпретация культур. М., 2004.

³Недяк И.Л. Маркетизация политики в логике и концепциях политического маркетинга // PolitBook. 2013. № 4. С. 31 – 46.

⁴Арефьев Михаил Анатольевич, Давыденкова Антонина Гилеевна Массовая культура как доминантная культура глобализирующегося общества // Труды СПбГИК.2015. Т. 206. Ч.1 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-kultura-kak-dominantnaya-kultura-globaliziruyuschegosya-obschestva>.

⁵Костина А.В., Флиер А.Я. Культура: между рабством конъюнктуры, рабством обычая и рабством статуса. М., 2011. С. 15-129; Ильин А.Н. Субъект в массовой культуре современного общества потребления (на материале китч-культуры): Монография. Омск, 2010.

деятельности отдельных людей и коллективов. Эти структуры И. Гофман назвал фреймами, описав их как устойчивые структуры. Согласно концептуальному подходу И. Гофмана, «фреймы присутствуют в любом восприятии... Первичные системы фреймов различают по степени организации. Некоторые из них представляют собой хорошо разработанную систему учреждений, постулатов и правил, другие – их большинство – не имеют, на первый взгляд, отчётливо выраженной формы и задают лишь самое общее понимание, определённый подход, перспективу. Однако независимо от степени своей структурной оформленности первичная система фреймов позволяет локализовать, воспринимать, определять практически бесконечное количество единичных событий и присваивать им наименования».¹

Дж. Гонос, развивая концепт фреймов И. Гофмана, описал фреймы как элемент содержательной структуры бессознательного, проявляющегося во взаимодействиях: фрейм «состоит из устойчивого набора существенных компонентов, имеющих определённую организацию и устойчивые отношения»². Вслед за Э. Дюркгеймом И. Гофман, представляя фреймы как рамочно ограничивающие поведение бессознательные психические структуры, допускал и нарушения этих ограничений в соответствии с индивидуальными поступками отдельных людей.³

Порывая с традиционным обществом, традициями, массовое индустриальное общество на этапе достижения зрелости социальной системы «предполагает возникновение закономерностей, начинающих проявляться вне зависимости от желаний отдельных людей».⁴

Впервые термин неотип по отношению психической системе человека был использован известным советским психиатром А.И. Ющенко, который

¹Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта. М., 2004. С. 81.

²Gonos G. "Situation" versus "Frame": The "Interactionist" and the "Structuralist" Analyses of Everyday Life // *American Sociological Review*. 1977.V. 42. P. 860.

³Manning Ph. *Erving Goffman and Modern Sociologie*. Stanford (Calif.), 1993. P. 158.

⁴Бауман З. *Индивидуализированное общество*. М., 2005. С. 17; Коды массовой культуры: российский дискурс. Коллективная монография / Под науч. ред. Т.С. Злотниковой и Т.И. Ерохиной. Ярославль, 2015.

выделил в развитии и организации мировосприятия устойчивые психические структуры бессознательного – неотипы, возникающие в процессе развития трансформационных социодинамических процессов в культуре.¹ В.Ю. Емельянов, отмечавший устремлённость ряда архетипов в будущее в целях их различения от архетипов, предлагал назвать психические структуры, сходные с ними, но проективно ориентированные неотипами.² Как отмечает Е.Д.Жукова, воспроизводство культуры, культурогенез не только обновляет и адаптирует традиционные культурные формы к новым историческим условиям, но и порождает принципиально новые формы, в том числе и культурно-психологические. К которым можно отнести неотипы.³

Р.С. Лаво посвятила одну из глав докторской диссертации и целый ряд статей проблемам соотношения архетипов, стереотипов и неотипов как нового коллективного бессознательного, создаваемого в условиях использования в формирующемся информационном обществе новых коммуникационных технологий, применительно к этнокультуре ассирийцев России и современной массовой культуры.⁴

В.К. Захаров полагает, что архетипы, как и неотипы, представляющие новое коллективное бессознательное, сформированное медийными каналами

¹Петрюк П.Т. Академик Александр Иванович Ющенко: штрихи к жизненному и научному пути известного отечественного психиатра // Журнал психиатрии и медицинской психологии. 2009. № 2 . С. 145 – 149

²Емельянов В.Ю. Книга разума. Белгород , 2004.

³Жукова Е.Д. Социокультурное воспроизводство: методология и опыт исследования: монография. – 2-е издание, стереотипное. М., 2016; Флиер А.Я. Культурология для культурологов. М., 2000.

⁴Лаво Р.С. Этнокультурная дисперсия ассирийцев в глобализирующемся мире: дис. ... д-ра филос. наук. – Ставрополь, 2009. С. 115 – 158; Лаво Р. С. Неотипы – новое коллективное бессознательное эпохи массовой культуры // Модернизация гуманитарного и художественного образования: инновационные стратегии развития Материалы Международной научно-практической конференции: в 2-х частях. Под редакцией: Гриценко В.П., Алексеевой И.В., Зенгина С.С., Еникеева А.А.. Краснодар, 2014. С. 328 – 345; Лаво Р.С. Неотипы как источник модернизации коллективного бессознательного дисперсных этносов Юга России (на примере ассирийцев) // Культурная жизнь Юга России: прошлое, настоящее, будущее материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 50-летию Краснодарского государственного института культуры. Министерство культуры Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Краснодарский государственный институт культуры». Краснодар, 2016. С. 57 – 60; Лаво Р.С. Традиции и инновации в массовой коммуникации // Традиции и инновации в массовой коммуникации. Материалы первой региональной очно-заочной научно-практической конференции. Краснодар, 21 – 22 апреля 2017 г. Казань, 2017, с. 24 – 27 и др.

коммуникации, задают рамки организации жизнеустройства в современном обществе.¹

Сознание современного человека, представляющее собой мозаично воспринятую информацию из внешнего мира, с одной стороны, и конгломеративно организованный опыт различных жизненных практики и ситуаций, переработанный подсознанием и соединённый с архетипами, укоренными в нём, обращается к подсознательным структурам, продуцируя гибридные ментальные модели, соединяющее архаическое и инновационное в сложные комбинации, окрашенные эмоциями.²

Стереотипы и неотипы, в отличие структурно и содержательно устойчивых архетипов, существующих в коллективном бессознательном в качестве социально-психологического культурного наследия, отличаются большей пластичностью и способностью к изменениям под влиянием средств массовой коммуникации, продуцирующих иллюзию подлинной реальности.

Это обусловлено использованием в современных средствах массовой коммуникации, продуцирующих стереотипы и неотипы, явления когнитивного диссонанса, сформулированного Л. Фестингером.³ Согласно методологическому подходу Л. Фестингера, имеющаяся у человека информация может вступать в конфликт со вновь получаемой информацией, что требует достижения согласования обоих видов информации в рамках консонанса для формирования непротиворечивой картины восприятия окружающей действительности и ориентации в ней.

Восприятие информации, её анализ и включение того или иного сценария дальнейших действий определяются имплантированными в подсознание в форме неотипов моделей сценариев или схем поведения в той или иной стандартизированной ситуации. Эти модели поведения путём

¹Захаров В.К. Номология. Устройство и направление человеческой деятельности. М.: МГППУ, 2011; Захаров В.К. Мегатенденции современного общества и возможности для России // Современное общество и власть. 2019. № 2 //URL: <http://gmanagement.ru/index.php/ru/axiv/182018-2/867-zakharov-192019> (дата обращения: 17.07.2019) и др. более ранние работы автора.

² Архетипы в современном социокультурном пространстве. Монография. Новосибирск, 2017.

³Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса = A theory of cognitive dissonance. [Пер. А. Анистратенко, И. Знаешева]. СПб., 1999.

постоянного повторения в доминирующей визуальной эмоционально окрашенной форме внедряется в сознание человека в кинофильмах, телевизионных передачах, телевизионных сериалах, рекламных клипах. Эти визуализированные формы ментального программирования воспринимаются современным человеком как опробированные и успешно реализованные модели реакций и поведения, которым человек следует на подсознательном уровне. Они тиражируются средствами массовой коммуникации, и каждый зритель усваивает их как коллективную норму, начиная с первичной социализации в детстве и получая подкрепление в юности и взрослом возрасте.¹

Развитие социально-конструктивистского подхода к производству и распространению информации в современном обществе привело к эффекту её универсализации в рамках модели использования эффективной для социально-психологического воздействия на подсознание структуре, восходящей в своём основании к структуре сказочного сюжета или его топике: завязка (пространственно-временная локализация, действующие лица) – проблемная ситуация, для которой необходимо найти решение (как правило, из нескольких вариантов) – кульминация (описания наивысшего напряжения психоэмоциональных сил героя – главного позитивно действующего лица) и развязка – разрешение проблемы, приносящее позитивные результаты.² Такая структура повествования, в известной степени, отвечает методологии подхода к культуре в рамках семиотического

¹Хегенхан Б. Теория научения. [пер. с англ. Л. Бутылина и др.]. 6-изд. СПб., 2004.; Бандура А. Теория социального научения. СПб., 2000. Potter W.J. A Critical Analysis of Cultivation Theory //Journal of Communication. 2014.Vol.64.№ 6.P.1015-1036; Shrum, L. J. Cultivation Theory: Effects and Underlying Processes //The International Encyclopedia of Media Effects, edited by P.Rossler, C. A. Hoffner and L. van Zoonen. Hershey, 2017, P. 1-12 // URL: <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0040>; Щеглов Илья Алексеевич Социализация личности как теоретическая проблема // Теория и практика общественного развития. 2014. №1 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsializatsiya-lichnosti-kak-teoreticheskaya-problema>.

²Мелетинский Е.М. Сравнительная типология фольклора: историческая и структурная // Philologica. Памятиакад. В.М. Жирмунского. Л., 1973 С. 385 – 394;Kinitich W. On comprehending stories // Carpenter P., Just M. (Eds.). Cognitive processes in comprehension. Hill sdale, 1977. P.81

дискурса как в «системе, обеспечивающей механизм переработки и организации информации, поступающей из внешнего мира».¹

Неотипы, будучи социально конструктивны по своей природе, содержат и раскрывают социокультурную реальность как сконструированную, произведённую и оценённую реальность, вошедшую в культурно-исторический опыт и ставшую фактом культуры.² При этом необходимо иметь в виду важность культурно-психологического подхода, как к архетипам, так и неотипам. Как писал А.Я. Гуревич, «за всеми формами творческой активности человека исследование «картины мира» стремится вскрыть исторически обусловленные и исторически изменчивые структуры сознания».³ Б.Ф. Ломов, экспериментируя с памятью людей, пришёл к выводу, который радикально отличался от результатов работ его предшественников: память людей ориентирована на будущее в рамках коллективного накопления и использования информации для последующего использования.⁴ Можно предположить, что неотипы, в отличие от архетипов, ментально ориентированы не на сакрально-мифологическое, а на конструируемое проективное будущее. Это, как и их социально-конструктивистская природа, отличает их от архетипов.

Мифологические формы текстов, содержащих архетипические модели, передающие значимую для данной культуры информацию в форме структурированного в соответствии с сюжетной схемой повествования, символически означенного в рамках содержания и границ ретранслируемых культурных норм, передавались изустно. В процессе постоянного воспроизводства зафиксированные в ней культурные нормы и запреты образовали устойчивые модели санкционированного поведения и укоренились в коллективном бессознательном.

¹Успенский Б.А. К проблеме генезиса тартуско-московской семиотической школы// Актуальные проблемы семиотики культуры. Учёные записки Тартуского университета. Тарту, 1987. Т. 20. Вып. 746. С. 28.

²Адоньева С.Б. Сказочный текст и культурная традиция. СПб., 2000. С.13.–

³Гуревич А.Я. Вопросы культуры в изучении исторической поэтики // Историческая поэтика: Итоги и перспективы изучения. М., 1986. С. 155.

⁴Ломов Б.Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии. М., 1984. С.83.

В современную эпоху генезиса и развития различных визуальных форм передачи сконструированных в рамках процессов социального конструирования социокультурной реальности культурно-психологических образцов и моделей поведения в условиях невозможности усвоения человеком в ограниченное время необходимого содержания информационных потоков происходит использование повествовательных схем, преимущественно в визуальных формах, основанных на простом для усвоения уровне визуального восприятия подсознания содержания. В процессе восприятия визуальной информации происходит узнавание содержащейся визуальной информации и её сопоставление с уже имеющимися в памяти визуальными образами. При специальной акцентации изображения может реализовываться рефлексивное осмысление содержащейся в изображении информации. Но при потоковом характере визуальной информации, например, в сетке телевизионного вещания, распознанная информации подкрепляет имеющиеся визуальные модели или вступает с ними в когнитивный диссонанс.¹

Современные массовые коммуникации в сознании человека представляются легитимными источниками самоопределения человека в информационно-коммуникативном поле социально санкционированных норм, в том числе и за счёт присутствия в своих сегментах социальных сетей в Интернете, которые построены по принципу присоединения к большинству Веблена. Социальные сети при этом представляют собой инструментарий культурно-психологической самоидентификации и публичной самопрезентации.

Интернет и телевидение унифицируют жизненные нормы, социально-поведенческие стандарты и переформатируют присутствие человека в традиционных коммуникативных кругах общения и традиционных видах социальных сетей в сетевые информационно-коммуникативне

¹ Кухта М.С. Методология моделирования восприятия визуальной информации: дис....д-ра философ. наук: 09.00.08 Томск, 2004.

таргетированные по стандартизированным с точки зрения жизненных стилей сообщества, с которыми идентифицируют себя пользователи, продуцируя «коллективное стандартизированное бытие разобщённых индивидов. Причем это происходит надкультурно, наднационально».¹ Это подтверждает вывод Дж. Хонигмана, сделанный им ещё в начале 1950-х годов, о том, что «культура обозначает социально стандартизированные модели активности, мышления и чувствования некоторой прочной социальной группы».²

В современном социуме культура проявляется в повседневных социальных практиках и различных формах коммуникаций, в результате чего различные модели стиля жизни определяют стилистические особенности субкультур сообществ, в которых она реализуется.³ Можно, например, рассматривать в качестве доминантного фактора визуальной коммуникации свойство телевизионного изображения восприниматься в качестве фактической реальности, хотя в телевизионной индустрии присутствуют и монтаж, и инсценировки согласно разработанным сценариям, и контаминация из реальных репортажей, документальных кадров видеохроники и художественных теле- и кинофильмов, объединённых в одном информационном потоке. Всё это создаёт у зрителей ощущение реальности.

Сама технологическая природа телевизионного формата производства и / или распространения информации предполагает процесс кодирования информации о реальности и надления информации об этой интерпретации реальности оператором и режиссёром в форме символического означивания, выделения основного и второстепенного, придание изображаемому ценностных смыслов:⁴ «Сила и убедительность телеобразов вызывается документированной обстановкой действия. Телевидение тяготеет к живому

¹ Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. М., 2000. С. 195; Липовецки Ж. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме. СПб., 2001. С. 42.

² Honigmann J. J. Culture and Personality. New York, 1967. P. 171.

³ Culture, communication and cognition: Vygotskian perspectives / Ed. J. V. Wertsch. Cambridge, 1985; Welsch W. Unsere postmoderne Moderne. Berlin, 2013. S. 315 – 317.

⁴ Jost F. L' Introduction à l'analyse de la television. Paris, 2004.

слову непосредственного общения, при ослаблении эмоциональной нагрузки на среду, обстановку действия»¹. Телевидение, интегрируя различные формы информации, конструирует систему нормативно-ценностных ориентаций, представляя зрителям модели типических социокультурных практик в типических ситуациях: «Сначала мы строим для себя воображаемое представление, отражающее образ социальной реальности и с ним работаем».²

Формируемая телевидением «экранная реальность» содержит выстроенную в определённом иерархическом порядке мифологизированную картину социальных отношений и социокультурных практик, воздействующих на подсознание сообщества телезрителей и с их посредничеством на их социальные сети, как традиционные, так и интернет-сети, воздействующие и конструирующие коллективное бессознательное современного общества,³ и набор социальных, политических и культурных мифов, получающих своё экранное воплощение или рождающихся благодаря телепрограммам. Эти мифы воздействуют на культуру общества, большая часть которого является активными (регулярно смотрящими телевизор) или пассивными (присутствующими при просмотре телевизионных передач родственниками или получающими информацию о них в Интернете) телезрителями.⁴ Специфика телевизионного монтажа, основанная на клиповых фрагментах, позволяет конструировать из фрагментов мозаики визуального виртуальные симулякры.⁵

Однако не только средства массовой коммуникации с визуальной доминантой формируют современное коллективное бессознательное. В этот процесс в условиях демонстративных моделей стиля жизни, которые

¹Красавина А.В. бытовой диалог как основной принцип телеэкранизации // URL: <http://www.gramota.net/materials/1/2008/2-3/39.html>; Михалкович В. Развитие киноэстетики и телетеория / Михалкович В.И. // В зеркале критики. Из истории изучения художественных возможностей массовой коммуникации. М., 1985. С. 170 – 190

²Сивиринов Б.С. Социальная квазиреальность или виртуальная реальность? // Социс. 2003. №2. С.36-49.

³Новикова А.А. Телевизионная реальность. Экранная интерпретация действительности. М., 2013.

⁴Fiske J. Television Culture. 2 –Ed. London - New York, 2011. P. 84–107.

⁵Рюмина М.Т. Эстетика смеха. Смех как виртуальная реальность. М., 2003. С. 302.

используют в социальных сетях в Интернет визуальные самопрезентации своей повседневной жизни и досуговых практик, вовлечены и современные товары, созданные в индустрии массового производства и наделённые производителями при помощи рекламного продвижения символическими значениями, подкрепляющими воздействие на коллективное бессознательное средств массовой коммуникации и поэтому так же вовлечённые в процесс социального конструирования неотипов. Окружающие нас предметы ментально и визуально создают дизайн нашей материальной жизни посредством навязывания производителями и продавцами и, сформированным ими общественным мнением, зависимостью от обладания вещами-маркерами и стремлением к обладанию ими для самоидентификации потребителя с определённой моделью стиля жизни.¹

В связи с участием современных людей в различных социально-ролевых сообществах и использованием в них моделей различных социальных ролей, которые соответствуют ожиданиям участников таких сообществ (профессиональных на работе, досуговых, родительских в детских садах и школах, семейно-родственных, соседских, земляческих, религиозных, информационно-коммуникативных в Интернете и т.п.), с учётом преобладания в современной культуре мозаичной культуры в современном коллективном бессознательном укоренились, под влиянием социально-коммуникативных взаимодействий и воздействия средств массовой коммуникации, сегментарно распределённые неотипы, сосуществующие с архетипами и стереотипами и образующие сложную взаимодополняющую систему культурно-психологической сферы, в основе дифференциации которой лежат различные модели стиля жизни. При этом теоретически можно ожидать, что в различных сообществах в подсознании человека будут актуализироваться различные основания коллективного бессознательного.

¹ Де Граф Дж., Ванн Д., Нэйлор Т.Х. Потреблятьство: болезнь, угрожающая миру. М., 2016.

В современной культуре неотипы выполняют функции архетипов в современном обществе, в котором действуют диалектически взаимосвязанные тенденции индивидуализации и глобализации.

Архетипы культуры как коллективное бессознательное формировались в условиях архаической изоморфных условий хозяйственной деятельности: охотниче-собираательской, земледельческой, скотоводческой и военно-присваивающей, при изустной передаче как сакральное знание в профанном мире, в процессах относительно тесного взаимодействия проживавших на планете племён и народов как результат стихийного накопления и стихийного использования социального опыта в различных жизненных ситуациях

Неотипы возникли и развиваются как результат целенаправленного социального конструирования в целях преодоления малопонятного архетипического с целью его замещения и вытеснения в коллективном бессознательном современных людей моделями моментальных социально санкционированных реакций на поступающую извне информацию. Если в архаические эпохи у человека, принадлежащего к профанному миру, не хватало опыта и знаний для разрешения типологических ситуаций, то современный человек, находится под непрерывным воздействием потоков информации, которые он не в состоянии обработать в силу их объёма и новой сложности для моментальной атрибуции и определения её достоверности. Кроме того, увеличилась степень дифференциации типологических ситуаций, в которых современный человек должен принимать быстрые решения, которые могут повлиять на его дальнейшую жизнь. Тем более что архетипы в современном сложном обществе не позволяют принимать моментальные решения, так как современные технологии кардинально изменили жизненную среду современных людей.

Поэтому современный человек отчасти «живёт в мире иллюзий, порождаемых ...окружающей культурой, навязывающей присущие ей мифы

и стереотипы».¹ Именно мощное социально-психологическое воздействие на целевые аудитории современных средств массовой коммуникации приводит к укоренению в коллективном бессознательном социально-сконструированных устойчивых феноменов нового коллективного бессознательного, призванного облегчить ориентацию в различных ситуациях повседневности.

При этом необходимо иметь в виду, что коллективное бессознательное реализуется в социальной деятельности людей, в том числе в социокультурной сфере. Поэтому представляется целесообразным в качестве основного методологического подхода в данном исследовании опираться на деятельностную парадигму исследования культуры М.С. Кагана, которая рассматривает развитие культуры как практическую реализацию трёх типов модальности: во-первых, человеческой модальности, в которой наследуемые знания и качества людей реализуются в их предметно-производственной деятельности; во-вторых, в процессуально-деятельностной модальности, в которой культура проявляется в социальной деятельности людей; в-третьих, в предметной модальности, которая охватывает все духовные и материальные артефакты, созданные людьми.²

На основании сказанного выше можно сделать следующие выводы:

1. В современном обществе сосуществуют три основные культурно-психологических формы коллективного бессознательного: архетипы и их модификации, стереотипы и неотипы;
2. Неотипы, в отличие от архетипов, ментально ориентированы не на сакрально-мифологическое, а на конструируемое проективное будущее; это, как и их социально-конструктивистская природа, отличает их от архетипов.

¹ Базовые ценности россиян: Социальные установки. Жизненные стратегии. Символы. Мифы / Отв. ред. Рябов А.В., Курбангалеева Е.Ш. М., 2003. С.240; Shapiro M.A. Memory and decision processes in the construction of social reality // *Communication Research*. 1991. № 18. P.3-24.

² Каган, М. С. Философия культуры : учебное пособие для академического бакалавриата. М., 2019. С.271-281.

3. Эти формы коллективного бессознательного оказывают важное детерминирующее влияние на морфогенезис культурных форм современной культуры;

4. Методологическим основанием исследования современных форм в нашем диссертационном исследовании является предметно-деятельностный подход к культуре, сформулированный в работах М. С. Кагана.

1.2 Роль и функции архетипов и архетипических образов в современной культуре российского общества

Современное российское общество – это многосоставное полиэтническое сообщество регионов различных скоростей развития, отличающихся различными цивилизационными основаниями и темпоритами социокультурной среды. Поэтому представляется целесообразным рассмотреть роль архетипов в культуре современного российского общества в рамках проявления культуры в трёх основных сферах жизнедеятельности человека: экономической культуры, политической культуры и собственно культуры как социокультурной деятельности в сфере материальной и духовной культуры.

В настоящее время российское общество стоит перед решением двух взаимосвязанных и взаимообусловленных задач – осуществлением вторичной индустриализации в условиях незавершённости модернизационных процессов XX века для преодоления катастрофических последствий деиндустриализации и деградации российской экономики 90-х годов прошлого века и решением задач морфогенезиса и развития основ информационного общества. В российском обществе в ряде регионов

сохраняется невосприимчивость общества и экономики к инновациям.¹ Это объясняется различными природными и социокультурными основаниями развития российских регионов. На возможность неравномерности различных элементов социальной системы впервые обратил внимание американский учёный Г. Шоберг, который отметил большую инерцию в развитии социально-политической и социокультурной подсистем традиционных обществ.² Этот концептуальный подход был подтверждён работами Г. Алмонда и С. Вербы.³

При этом в рамках российского государства духовно-образующим элементом полиэтнической российской культуры являлась культура русского народа, адаптировавшая жизнеустройство присоединявшихся к российскому обществу новых этносов как субкультур в рамках доминантной русской культуры, представлявшей собой открытую систему и вбиравшую в себя многие элементы культур малых этносов.

Подчас процессы морфогенеза одних системообразующих элементов социальных систем могут приводить к архаизации других: «Характерной особенностью социокультурной ситуации в России является сложное сочетание, с одной стороны, дальнейшего развития модернизации, формирования анклавов постиндустриального общества и, с другой – актуализации архаизирующих тенденций, которые стали вполне очевидными ещё в 90-е гг. прошлого века, проявляясь в разных формах и с разной степенью интенсивности на всем постсоветском пространстве»⁴. Эта тенденция локализована в социокультурной сфере жизни небольших компактно проживающих этносов, переживающих кризис трансформации российского общества под влиянием процессов глокализации – в российской

¹Индикаторы инновационной деятельности: 2018: статистический сборник . М., 2018. С.314 – 319.

² Sjoberg G. Folk and «Feudal» Societies // Political Development and Social Change / Ed. by Finkle J.L. and Gable R.W. New York- London, 1966. P. 45-53.

³ Almond G, Verba S. The Civic Culture. Princeton, 1963.

⁴ Хачатурян В.М. Архаизация и модернизация в современной России: к проблеме модернизационного потенциала архаики // Исторические повороты культуры. Сборник научных статей (к 70-летию профессора И.В.Кондакова) М., 2018. С.33-38.

науке эти процессы изучены на материале архаизации в Туве, Горном Алтае, Хакасии, Бурятии и на Северном Кавказе¹.

Как отмечает Т.М. Сычёва, «архаика как культура, сформировавшаяся на раннем этапе истории, представляет собой систему практик солидарных действий, освоенных в ходе взаимодействия социума с природной средой и другими сообществами, и выраженных в общественном сознании. Возвращение к прошлому, в том числе архаичному, – универсальный механизм, присущий практически всем обществам на протяжении их истории»². Архаизация, включающая обращение к архетипическим основаниям культуры, является следствием морфогенезиса нового информационного общества, которое видимой надэтничностью вызывает у малых народов стремление сохранить свою этнокультурную самобытность с помощью возрождения архаических оснований своей культуры.³ Как отмечал Н.А. Бердяев, «именно сакрализация ... есть внушение народам, что самые относительные феномены, самые несвященные акты имеют священную санкцию и священный источник»⁴.

Сознание человека, обладающее имманентным свойством продуктивной деятельности в символической форме, позволяет индивиду дифференцировать поступающую из окружающего его мира информацию, распознавать её коды, декодировать и соотносить с известными символическими обозначениями феноменов природной и социальной реальности. Наряду с индивидуальными свойствами человеческой психики, значимую роль в процессе восприятия информации и организации мышления индивида выполняет габитус, концепт которого был предложен П. Бурдьё:

¹Ламажаа Ч. К. Архаизация общества. Тувинский феномен. М., 2013. С.59 и сл.; Ламажаа Ч. К., Абдуллаева М.Ш. Архаизация и неотрадиционализм: российские региональные формы // Знание. Понимание. Умение. 2014. № 3. С. 68 – 80.

² Сычёва Т.М. Архаизация: возврат назад или новые возможности? // Проблемы и тенденции развития социокультурного пространства России: история и современность. Материалы V международной научно-практической конференции. Под редакцией Т.И. Рябовой. Брянск, 2018. С. 33 – 38.

³ Рязанов А.В. Функции архаизации как явления в современной России // Мировоззренческие основания культуры современной России. Сборник материалов VIII Международной научной конференции.. Выпуск 8 / Под ред. Жилиной В.А. Магнитогорск, 2017. С. 149 – 154.

⁴Бердяев Н.А. Опыт эсхатологической метафизики. Творчество и объективация // Бердяев Н.А. Царство духа и царство кесаря, М., 1995. С. 237.

«...систематизированные модели восприятия и оценки... являющиеся результатом длительного опыта субъекта и обусловленные определенной социальной позицией».¹ Как справедливо полагает П. Бурдьё, «являясь продуктом истории, габитус производит практики как индивидуальные, так и коллективные, а следовательно – саму историю в соответствии со схемами, порождёнными историей. Он обеспечивает активное присутствие прошлого опыта, который существует в каждом организме в форме схем восприятия, мышления и действия».² Вместе с тем, габитус формирует и социальное пространство обитания индивида или *habitat*.³ Следует отметить, что ещё М. Фуко в работе, предшествующей трудам П. Бурдьё о габитусе, писал: «Основополагающие коды любой культуры, управляющие её языком, её схемами восприятия, её обменами, её формами выражения и воспроизведения, её ценностями, иерархией её практик, сразу же определяют для каждого человека эмпирические порядки, с которыми он будет иметь дело и в которых он будет ориентироваться».⁴

Габитус обусловлен сложившейся социальной структурой среды, окружающей индивида, степенью его включённости в различного рода социальные сообщества и социальные сети. С когнитивной точки зрения габитус обладает двойственной природой, являясь одновременно системой схем производства социальных практик и системой схем восприятия и оценивания практик.⁵ Тем самым габитус является своеобразным ядром культуры индивида, которая организует и направляет его повседневные социальные практики. Габитус означает с помощью структуризации используемых индивидами символическо-знаковых систем принадлежность к конкретной культуре. Диссертант согласен с Г. Терборном в том, что принадлежность к культуре может быть интерпретирована как «усвоение определённой когнитивной и коммуникативной компетенции, определённого

¹Бурдьё П. Социальное пространство и символическая власть // THESIS. Т. 1. Вып. 3. 1993. С. 143

²Бурдьё П. Практический смысл. СПб., 2001.С.105.

³Бурдьё П. Социология социального пространства.С.30.

⁴Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. М., 1977. С. 37.

⁵ Там же.С.75.

языка, социального горизонта, мировоззрения или совокупности верований, способа токовать и определять ситуации, справляться с неопределённостью и посылать сигналы. Принадлежность к определённой культуре означает здесь быть частью особого универсума смысла и особого способа конструирования и передачи смысла».¹ То есть селективно выбранные способы восприятия и структурирования окружающего индивида социального пространства и паттернов коммуникативных взаимодействий, существующих в данном социальном пространстве, позволяют говорить о принадлежности людей к той или иной культуре.

Изучавший повседневность А. Шютц, справедливо, по мнению диссертанта, полагал, что «из наследия и образования, из многообразных влияний традиции, привычек и из предшествующих размышлений человека формируется совокупность его переживаний, ясные и различные переживания сочетаются со смутными догадками; предположения и предрассудки пересекаются с достаточно убедительными свидетельствами; мотивы, средства и цели, а также причины и следствия, связываются друг с другом при отсутствии ясного понимания их реальной связи».² В результате комбинаторики наследуемого в сфере бессознательного и усвоенного в процессе первичной и вторичной социализации индивида, а также в процессе повседневного и целенаправленного обучения индивид приобретает социально-культурный капитал в процессе своих субъект-объектных отношений с окружающим миром, в котором жизненный мир человека складывается из субъективной интенциональности и типизированного интерсубъектного, то есть социального опыта, образуемого правилами, схемами, принципами, умениями и навыками. Последние почерпнуты как из

¹Терборн Г. Принадлежность к культуре, местоположение в структуре и человеческое действие: объяснение в социологии и социальной науке / Пер. с англ. Е.В.Ананьевой // Теория общества. Сборник / Пер. с нем., англ. / Вступ. ст., сост. и общ. ред. А.Ф. Филиппова. М., 1999. С. 78.

²Шютц А. Проблема рациональности в современном мире // Шютц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии. М., 2003. С. 172.

личного опыта субъекта, так и из коллективного социального опыта, в том числе родителей и родственников, учителей и наставников, опираются на отобранные исторической практикой традиции.

Возникающие ментальные комбинации формируют мотивы деятельности индивида, целеполагание и практическую деятельность по реализации сформулированных на ментальном уровне целей. Автор теории фреймов, особых ментальных образований, реализующихся в практической деятельности в качестве ментальных схем человеческой деятельности, И. Гофман полагал, что существуют природные и социальные фреймы. Природные фреймы, отражающие биологическую природу человека, «определяют события как целенаправленные, бесцельные, неодушевлённые, неуправляемые – «чисто физические».¹ В то время как социальные фреймы обеспечивают фоновое понимание событий, в которых участвует мотивация человеческой деятельности, целеполагание, разумность и воля, подчиняющие человеческую деятельность определённым ментальным схемам, социальной оценке действия, опирающегося на морально-этические принципы, санкционированные той социальной группой, к которой принадлежит данный индивид.²

Совокупность фреймов, образующих структурированную комбинацию оценки поступающей из внешней среды информации, «конституируют центральный элемент её культуры, особенно в той мере, в какой порождаются образцы человеческого восприятия, соотношениями этих типов и всеми возможными силами и агентами, которые только допускаются этими интерпретативными формами (desings)».³

И. Гофман доказал, что фреймы позволяют воспринимать жизненную ситуацию «во-первых, в соответствии с принципами социальной организации событий и, во-вторых, в зависимости от субъективной вовлечённости в

¹Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта. М., 2003. С.81.

² Там же. С.82.

³ Там же.

них».¹ И если фреймы И. Гофмана можно рассматривать в качестве отдельных схем-программ, существующих на уровне границы коллективного бессознательного и индивидуального бессознательного, то габитус можно рассматривать как упорядоченную и иерархически организованную систему фреймов.

Габитус находится в диалектическом взаимодействии с менталитетом. В то время как габитус отражает как дорефлексивные, так и рефлексивные культурные формы, менталитет обусловлен процессом внебиологической передачи от поколения к поколению устоявшихся образцов поведения, различающихся по содержанию (идеи, нормы), по функциям (обычаи, обряды) и по характеру быта. Наиболее устойчивой структурной частью менталитета оказываются традиции, которые санкционированно поддерживаются всем социокультурным сообществом.² Менталитет играет роль социокультурного детерминанта в направляющем поведении человека в различных, прежде всего, повторяющихся ситуациях, представляя дорефлексивный глубинный уровень самосознания конкретной социокультурной общности.³ Менталитет интегрирует «ценностные формы сознания (философию, религию, мораль и др.) с миром психических состояний индивида, определяя тем самым целостный образ жизни человека, его ментальность как феномен культуры».⁴ Ментальность рассматривается в современной науке как совокупность когнитивных, аффективных и поведенческих характеристик, являет собой психическое состояние и социокультурные феномены, поэтому она включает чувства, образы, идеи, идеалы, установки, мотивы, ситуации, события, а также их степень

¹ Там же. С.71

²Тощенко Ж.Т. Этнократия: История и современность (Социологические очерки). М., 2003. С.405.

³Нанаева Б.Б. Социокультурные традиции традиции в контексте становления и развития самосознания этноса. Автореферат...доктора философских наук. – Ростов-на-Дону, 2010. С.12.

⁴Ермасова А.А. Ментальность русского человека как феномен национальной культуры (философско-антропологический анализ): автореф. дис...д-ра философ. наук: 09.00.11 СПб.- Пушкин: ЛГУ им.А.С. Пушкина, 2007. С. 16

вовлеченности в повседневные социальные практики.¹ Под ментальностью понимается «механизм отражения (рефлексии) внешнего мира, от которого зависят реакции людей на этот внешний мир».² При этом ментальность представляется интегрирующим началом материальных условий, повседневного быта, прижизненного мироощущения, архаики, устной культуры, которое репрезентируется во внешней среде только в форме проекций.³

А.И. Пригожин выделял в культуре такой системообразующий элемент как этос, связывая концепт этоса с культурным генотипом нации и считая, что именно этос формирует траекторию социокультурного развития всего общества: «Этос составляет базу культуры, общества, государства, профессии, организации... Этос — социальный генотип нации, её личность. Его можно сравнивать и с неким кодом, невидимой программой, которая воспроизводит соответствующие ей стереотипы деятельности».⁴

В этом плане любопытно наблюдение А. Шютца, который подчёркивал, «культурный образец группы, с которой чужой хочет сблизиться, не обладает для него авторитетом испытанной системы рецептов, и это происходит так хотя бы потому, что он не участвует в живой исторической традиции, в которой эта система сформировалась».⁵ Поэтому усвоение иного социокультурного опыта представляется весьма непростым делом для российского общества. А это в условиях глобализации и распространения глобальной массовой культуры неизбежно порождает социокультурный диссонанс между привычным и традиционным, с одной стороны, и непривычным и инновационным — с другой. Поэтому заимствование изделий техники, научных достижений, нацеленных на

¹Козловский В.В. Понятие ментальности в социологической перспективе // Социология и социальная антропология. СПб., 1997. С. 33.

² Фирсов Б. Ментальные миры современного российского населения // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев. 2003. № 4. С. 6.

³ Там же.

⁴ Пригожин А.И. Российский этос: обогащение или лечение? // Общественные науки и современность. 2006. № 5. С. 32-33.

⁵Шютц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии. М., 2003. С. 209.

продукты потребления, представляются для россиян более доступным, чем освоение технологий, необходимых для изготовления данных предметов или конструирования с их учётом отечественных разработок. Ведь каждая технология, начиная с процесса обучения и заканчивая процессом производства и использования, неразрывно связана со стилем мышления и стилем жизни, включая и повседневные социальные практики в обыденной трудовой деятельности.¹

Менталитет проявляется в рефлексии людей по поводу ценностного означивания окружающей социальной действительности и происходящих в ней процессов. Это позволяет рассматривать социокультурную динамику трансформирующего российского общества, анализировать изменения, происходящие в сфере ценностных ориентаций различных социальных слоев российского общества, и выявлять дрейф идентичностей различных социально-статусных групп.

Основываясь на социокультурном подходе к экономической сфере, М.Вебер обозначил два типа ценностно-рациональной деятельности, которые коррелируют с терминальными и инструментальными ценностями М.Рокича: во-первых, связанную с конечными ценностями (ultimate values) субстанциональную рациональность, детерминированную базовыми ценностями; во-вторых, инструментальную рациональность, основанную на подсчете выгод и издержек, направленную на выбор путей и средств достижения терминальных ценностей.²

Каждый человек при определении своей жизненной траектории в известной мере соотносит её с «избирательной близостью» («elective affinity»), которую М. Вебер трактовал как специфический тип взаимосвязи между личными качествами индивидами и возможными формами их реализации в повседневных социокультурных практиках.

¹Ядов В.А., Клеман К., Андреев А. и др. Воздействие западных социокультурных образцов на социальные практики в России: (Теория наблюдения, биографические интервью, советы студентам.). М., 2009.

²Weber M. Economy and Society... P. 85 – 86.

Как свидетельствует опыт истории, незападные культуры, придерживались преимущественно стратегии, делающей акцент не на технологиях, преобразующих внешнюю среду, а на технологиях, преобразующих внутренний духовный мир человека, систему самооценок, устремлений и мотиваций».¹ Эта черта ярко проявлялась в русской православной культуре. Н.А. Зарубина в этой связи пишет, что «согласно православной хозяйственной этике «христианская добродетель хозяйствующего православного верующего состоит не собственно в профессиональном мастерстве и рациональном практицизме, а в постоянной ориентации на внутреннюю духовную работу, в помыслах о Боге и любви к ближнему, воплощённых в конкретном мирском труде»². Подобная внутренняя духовная сосредоточенность, с одной стороны, опиралась на основы православного вероучения, которое использовало архетипические основания в переработанном и адаптированном к основам догматического богословия виде, а с другой – создавала благоприятную почву для проявления в мирском быту на уровне профанного понимания сакрального архетипических оснований. Как писал Н.И. Бердяев, в мировосприятии русского человека нет «сознания нравственной ценности подбора личных качеств», в нём слабо развито понимание «неразрывной связи между правами и обязанностями». Он предпочитает выступать не как отдельная суверенная личность, а как личность, «погружённая в коллектив», «утопать в безответственном коллективизме»³.

Отечественные авторы Ю.С. Пивоваров, А.И. Фурсов, И.Б. Чубайс, А.А. Сусоколов, А.С. Ахиезер, И.М. Клямкин, А.Л. Янов и др.⁴ отмечают решающую роль следующих факторов специфичности отечественной

¹ Панарин А. С. Система и культура: на пути обретения больших целей // Анализ систем на пороге XXI века: теория и практика: Материалы международной конференции. Москва 27–29 февраля 1996 г. М., 1996. Том I. С. 16.

²Зарубина Н.Н.Бизнес в зеркале русской культуры. М., 2004. С.119.

³Бердяев Н. Пути Евразии. Русская интеллигенция и судьбы России. М.: Прогресс, 1992. С. 94

⁴Сусоколов А.А. Русский этнос в XX веке: этапы кризиса экстенсивной культуры// Мир России. 1994. № 2. С.5; Ахиезер А., Клямкин И., Яковенко И. История России: конец или новое начало? М., 2005; Клямкин И. Российская власть на рубеже тысячелетий // Proet Contra. 1999. Том 4. № 2. С. 63 – 87; Клямкин И. М. Постмилитаристское государство // Российское государство: вчера, сегодня, завтра. М., 2007; Янов А. Л. Патриотизм и национализм в России. 1825 – 1921. М., 2002 и др.

истории, организации экономической и социальной жизни, национальной культуры и менталитета: рассредоточение населения на огромных пространствах и изначально слабые связи между территориальными общностями; исключительная значимость борьбы за выживание в условиях сурового северного климата; наконец, и это самое главное, - многовековой процесс собирания земель, т.е. экстенсивный рост на протяжении примерно шестисот лет. Русский этнос до начала XX в. практически непрерывно расширял территорию обитания. Это позволяло ему вовлекать в сферу жизнедеятельности всё новые земельные и другие природные ресурсы (леса, полезные ископаемые и т. д.). Непрерывно росли и людские ресурсы, поскольку для русского этноса на протяжении почти всей его истории был характерен высокий естественный прирост, особенно усилившийся в конце XIX – начале XX в., в период демографического перехода. Возможность экстенсивного развития этноса на основе неограниченности всех видов ресурсов позволяла постоянно снимать противоречия, вызревавшие внутри каждой его ячейки, не изменяя принципиально его структуры. Так, устойчивость основной ячейки этноса – сельской русской общины – достигалась за счёт оттока «лишних» людей за пределы основной территории расселения этноса. Экстенсивный характер развития отличал русскую культуру и позволял сохранять традиционный характер хозяйственной, политической и культурной жизни, что подпитывало архетипические основания жизнеустройства в материальной и духовной сферах повседневности.

Столкнувшись с необходимостью коренной перестройки, этнос на первом этапе перехода способен придерживаться только тех традиций, которые заложены в нем на момент начала кризиса. Поэтому первой его реакцией является форсирование, доведение до крайнего предела прежних принципов экстенсивного развития. Эта стадия развития соответствует периоду «строительства социализма», который завершается вторым кризисом экстенсивного развития.

С распадом Советского Союза и лавинообразным процессом трансформации российского общества произошла и глубокая ломка «советского образа жизни» – на смену моностилистической модели пришла полистилистическая модель,¹ которая в российском социокультурном пространстве образовалась в рамках процесса морфогенезиса. В современном российском обществе наблюдаются и реализуются несколько моделей субъектной активности, продуцирующие различные модели стиля жизни. Основным проявлением полистиличности культуры называлась ателеологичность, т.е. отсутствие чёткой целеориентированности в ходе генезиса и развития новых культурных образцов и стилей. Все вновь возникшие модели образуют своеобразную «воронку втягивания» различных акторов социокультурных процессов. В процессе их взаимодействия на основе комбинаторных взаимодействий конкретных типов жизнедеятельности происходит репрезентация реально наблюдаемых доминирующих черт активности индивидов, семьи, использования материальных и нематериальных ресурсов, самоидентификации, восприятия окружающего мира и систем коммуникации.²

В конце XX в. русский этнос вступил в принципиально новую стадию своего развития – окончательный переход от экстенсивной к интенсивной модели развития. С этим связаны качественные изменения, которые затрагивают как структуру этноса, так и содержание русской культуры в широком смысле слова. Главным направлением начавшихся структурных изменений являются дифференциация русского этноса, кристаллизация устойчивых групп (территориальных, социальных, этнокультурных), формирование настоящей урбанистской культуры и качественно новых городских локальных субкультур. На новом этапе усиливается роль конкуренции как фактора, влияющего на все стороны социальной жизни русского этноса, поскольку в процессе экстенсивного развития конкуренция погашалась за счёт привлечения дополнительных

¹ Ионин Л.Г. Социология культуры. М., 2000. С.209, 211.

² Возьмитель А.А. Диверсификация стилей жизни...С.97.

ресурсов. Соответственно, усиливается роль социальных и культурных механизмов, регулирующих последствия конкуренции (в частности, закона в жизни общества как принципа управления по сравнению с личным указом). Противоречия между принципами экстенсивной и интенсивной культуры проявляются как на межгрупповом уровне, например, между группами, воспринявшими принципы интенсивных культур, и группами, сохраняющими приверженность экстенсивным нормам, так и на внутригрупповом уровне, что приводит к возрастанию психологической напряжённости в этносе.

Рассматривая конфессиональный фактор развития трудовой и деловой русской культуры, следует отметить, что именно православие внесло решающий и наиболее масштабный вклад в формирование российской культуры, именно оно создало «модальный» для русского этноса тип личности.

Характерными чертами русской культуры были «...твёрдая, не подвергаемая сомнению, вера и уважение к законной власти, вот две ключевые идеи, формирующие русское самосознание. Идея патриархальности охватывает всю социальную и политическую структуры отца семьи вверх через все ступени к отцу народа, к Царю, и к Богу, отцу всего сущего».¹

Ещё одним характерным элементом православной экономической культуры было своеобразное бытовое восприятие христианства, сосуществовавшее в обыденной жизни с архаическим языческим мировосприятием. Наряду с православными обрядами проводились и языческие ритуалы, характеризующие бытовое двоеверие в традиционной культуре.² Можно утверждать, что православный ритуал во многом замещал у русского крестьянина экономическую рациональность, что соответствовало традиционной культуре, в которой рациональность рассматривается в плоскости поддержания традиции, закреплённой в ритуале.³ Ритуал закреплял чувство эмоциональной общности, поддержание традиции как

¹Павловская А.В. Россия и Америка. Проблемы общения культур. М., 1998. С. 218

²Русские. Этнографические очерки / Отв. ред. Александров В.А., Власова И.В., Полищук Н.С. М., 1999. С. 191

³Семенова Е.А. Этнонациональное и универсальное в современной обыденной культуре // Наука о культуре. Итоги и перспективы: Научно-информационный сборник. М., 2001. Вып. 3. С. 44 – 59.

повторяющегося, циклического. Именно ритуал поддерживает в культуре архетипические основания.

Как показал исторический опыт, традиционный культурный капитал, накопленный всем предшествующим историческим опытом в русской культуре, постоянно воспроизводился в адаптационной форме в рамках циклического понимания времени. Даже слово «время» – «веремья» этимологически производное от глагола «вертеть» – «встать на круги своя». Поэтому настоящее предопределено прошлым, создающим контекст настоящего – «делать по обычаю». В отличие от линейной рациональности логически обоснованной пошаговости решения возникающих проблем в западноевропейской традиции, в русской традиции проблема решалась в целом после длительных размышлений о характере проблемы и соотнесения её с прошлым личным опытом – «семь раз отмерь». Русский человек чаще оглядывается назад, чем смотрит вперёд, подмечает А.В. Сергеева.¹

Однако наиболее интересным представляется подробно рассмотренное в книге К. Касьяновой «О русском национальном характере»² свойство русского психологического типа совмещать в себе полярные качества: высокую способность к самоконтролю и её противоположность – эмоциональную незрелость, гиперэмоциональность и сверхчувственность. Возможно, что основанием для формирования такого склада русского габитуса, основанного на стремлении постичь смысл жизни, лежит специфический индивидуализм, «склонность быть самому по себе», в результате чего русский индивидуализм может принимать достаточно ярко окрашенные эмоциональные формы выражения.³

В социально-экономическом развитии России издавна было распространено устойчиво сохраняющееся направление, в котором русская экономическая культура работает наименее эффективно – «безразличие

¹ Сергеева А.В. Русские: Стереотипы поведения, традиции, ментальность. М., 2004. С.191.

² Касьянова К. О русском национальном характере. М., 1994. С.102

³ Сергеева А.В. Русские...С.276.

средней области культуры», то есть малого интереса народа к материальной культуре.¹

В социально-статусной стратификации современного российского общества преобладают различия в статусно-ролевых позициях, в том числе и детерминированные генеалогическими связями с прошлой и нынешней политической, экономической и культурной элитой, которые конвертируются в разнообразие стартового капитала в различных формах и в использовании традиционных социальных сетей для конвертации стартового капитала в материальные и нематериальные активы в рамках повседневных социальных практик. Это позволяет продуцировать новые источники и формы получения дохода, который, в конечном итоге, выступает в качестве основного дифференцирующего признака моделей стиля жизни. Причём, если в верхних социальных стратах общества существует относительная возможность выбора моделей стилей жизнедеятельности, детерминированная преимущественно групповой корпоративной культурой, то в нижних стратах эта возможность блокируется различными входными барьерами и социокультурными фильтрами, причём прежде всего в асимметрии распределения информации.

В условиях трансформационной нестабильности, рисков неформальных транзакционных обменов человек вынужден ориентироваться на усредненные достижения и поддержание традиций, являющихся основанием для архетипических моделей социокультурных практик, это позволяет избегать рисков в крайних точках максимума и минимума жизненных стратегий. На поддержание этой усреднённости нацелена и доминирующая в российском обществе массовая культура, в которой сконструирована и имплантирована в российское общество такая форма социальной памяти, как системы фильтрации того, что в первую очередь необходимо для поддержания воспроизводства жизнедеятельности на усреднённо-функциональном уровне.

¹Лосский Н. О. Условия абсолютного добра. Характер русского народа. М., 1991. С. 32

Существование человека в пространстве коммуникационных потоков, содержащих огромные массивы информации, имеющие важнейшее значение для выстраивания стратегии повседневных социокультурных практик, приводит к фактической подмене предназначенной для анализа информации таким социокультурным явлением, как управление впечатлениями у окружающих (impression management) или связи с общественностью – public relations). Эта новая для российского общества сфера самореализации и самопрезентации легла на благодатную почву доминирующих у россиян эмоционально-чувственного восприятия жизни и образного, интуитивного мышления: «У русского же сначала работает воображение и интуиция, а уже потом воля и ум».¹ Если следовать классификации культурных архетипов К.Г. Юнга, русский – это преимущественно интуитивно-этический интроверт.²

При этом важно иметь в виду следующее обстоятельство: русская культура, несмотря на кратковременные «железные шторы» и «железные занавесы», всегда была открытой системой, обращённой как на Запад, так и на Восток. Сам вектор российской истории требовал в периферийных областях Российского государства – непрерывно текущем пограничьи – поиска средств конвенциональной адаптации к контактным культурам в рамках расширяющихся границ Российского государства и «анклавных» городских центрах, в которых происходили кросс-культурные контакты с иными культурами. В этой связи представляется плодотворной мысль Ф.Броделя об «особой ценности длительных хронологических единиц».³ Как писал Ф. Бродель, имея в виду различную плотность социального пространства и рассматривая возможности разной темпоральности социального времени, «любая современность включает в себя различные

¹ Сергеева А.В. Русские: Стереотипы поведения, традиции, ментальность... С.143.

² Юнг К.Г. Об отношении аналитической психологии к поэтико-художественному творчеству // Феномен духа в искусстве и науке. М., 1992. С.89-92.

³ Бродель Ф. История и общественные науки. Историческая длительность // Философия и методология истории. М., 1977. С. 134.

движения, различные ритмы: «сегодня» началось одновременно вчера, позавчера и «некогда».¹

В восприятии социальных событий индивидом, при котором доминирует эмоциональное, а не рациональное восприятие и оценка, существует очень важная характеристика, которая позволяет человеку постоянно координировать свои отношения с социумом: любое событие воспринимается на эмоциональном уровне сквозь призму всеобщего.²

Русские, очарованные безграничем пространств, которые заселялись в ходе хозяйственного освоения новых территорий, не стремились в своей повседневной хозяйственной деятельности интенсивно их окультурить.

Архетип «очарованного странника», восходящий к базовому архетипу Я (или архетипу самости) – самый свободный человек на земле, которому открыт мир и который сам открыт миру, ищущий правду и духовный смысл жизни.³ Этот человек в поисках смысла противопоставляет свои жизненные устремления инструментальному подходу *homoeconomicus* человеку западного рационального мира.⁴ Как отмечал Н.А. Бердяев, «Россия – страна бесконечной свободы и духовных далей, страна странников, скитальцев и искателей» архетипического Добра.⁵ В экономической деятельности в России на протяжении столетий реализовывался архетип российской открытой поликультурной цивилизации, основанной на солидаристском корпоративизме.⁶

Как полагает Н. Н. Зарубина, согласно православной хозяйственной этике «христианская добродетель хозяйствующего православного верующего состоит не собственно в профессиональном мастерстве и рациональном практицизме, а в постоянной ориентации на внутреннюю духовную работу, в

¹ Там же. С.129.

² Скворцов Л.В. Информационная культура и проблема метаобразования // Культурология. 1999. № 3. С. 231.

³ Assman A. Individual and Collective. Oxford, 2009. 312.

⁴ Василенко И.А. Архетипические основы русской культуры и современная имиджевая политика России // URL: <http://www.perspektivy.info/print.php?ID=351010>.

⁵ Бердяев Н.А. Судьба России. Опыты по психологии войны и национальности. М., 1990. С. 14.

⁶ Дронов В.Т. Согласие как цивилизационный архетип российского общества // Социологические исследования. 2016. № 9. С. 157 – 160.

помыслах о Боге и любви к ближнему, воплощённых в конкретном мирском труде».¹

В отличие от русского общества в целом, в котором усердие и самоконтроль как традиции были слабы, исключения составляли монастырские коллективы, являвшиеся культурными и хозяйственными центрами, в которых культивировался самоконтроль, усердие и трудолюбие, подкрепленные высокими морально-нравственными принципами православия. Как показал исторический опыт, накопленный всем предшествующим историческим развитием, в русской культуре постоянно воспроизводилась в адаптационной форме в рамках циклического понимания времени социокультурная матрица русской цивилизации. Однако, наряду с этим архетипическим образом прошлого как источника освящённых традициями настоящего, в российском обществе существовал и продолжает реализовываться в современной социальной жизни мифологизированный идеал будущего:² на основе устойчивых архетипических ментальных форм в процессе освоения современности генерируются новые смысловые образования в экономической подсистеме российского общества, продуцируя «текущую неподвижную жизненность».³

Как полагают современные исследователи, «во всех обществах, даже наиболее развитых, в том, что касается власти, прошлое господствует над настоящим, мёртвая традиция опутывает живую современность. И если желают на неё воздействовать, нужно влиять на людей, обращаясь к самым древним слоям психики».⁴

Начиная с текста действующей Конституции Российской Федерации, содержащей мифологизированный образ проективного будущего, архетипы

¹ Льюис Р. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию. Пер. с англ. М., 1999. С. 119; Верховин В.И. Феноменология экономического поведения в русском народном фольклоре // Личность. Культура. Общество. 2011. Т. XIII. Вып. 1 (№ 61–62). С. 113 – 130.

² Линченко С.А., Цыганков А.С. Архетипические начала мифоистории: «идеальное общество» в циклических и линейных моделях исторического времени // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2013. № 2 (20). С. 28 – 34.

³ Гуссерль Э. Начало геометрии. Введение Жака Деррида. М., 1996. С. 238.

⁴ Тард Г. Мнение и толпа // Лебон Г., Тард Г. Психология толп. М., 1998. С. 65.

пронизывают всю сферу политической культуры современного российского общества, основанной на поиске справедливо устроенного «царства Божия».¹ Идея справедливого царства во главе с сакральной фигурой справедливого и мудрого царя, олицетворяющего архетипический образ мудрого Правителя, отражена и в русских народных сказках, которые продолжают являться важным элементом первичной социализации детей в современной России, составляя конкуренцию героям фэнтезийных сказочных повествований.² Политическая культура реализуется в современном российском обществе в двух областях: в качестве культурного наследия, детерминирующего политическую жизнь общества, и в сфере терминальных и инструментальных ценностных ориентаций.³ По мнению В.Н. Гуляихина, «архетип политической культуры представляет собой поведенческий код, «наследуемый» человеком в процессе политической социализации. Формы архетипов (в отличие от их содержания) остаются практически неизменными и оказывают существенное влияние на формирование политического сознания личности. Архетип Правды является доминантой в политической культуре российских граждан».⁴

Согласно обоснованной точке зрения Н.Г. Щербининой, архаический комплекс российской политической культуры сохранился в «усечённом» виде – по мере морфогенезиса российской культуры этот комплекс архетипов, используемых в политической жизни российского общества, адаптируется и трансформируется в различных формах политической деятельности, а архетипы усилиями российских политиков и политических

¹ Степин В.С. Гражданское общество, правовое государство и право // Вопросы философии. 2002. № 1. С.24 – 25.

² Трубецкой Е.Н. «Иное царство» и его искатели в русской народной сказке // Литературная учёба. 1990. №2. С. 100 – 118.

³ Ландерова Александра Александровна Архетипы российской политической культуры: истоки формирования // Вестник Поволжского института управления. 2015. №5 (50). С. 102. – С. 101 – 106. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/arhetipy-rossiyskoy-politicheskoy-kultury-istoki-formirovaniya> (дата обращения: 24.07.2019).

⁴ Гуляихин В.Н. Архетипы политической культуры российских граждан // Социодинамика. 2013. № 1. С.170.

технологов, реализуясь в сакральности политики в массовом общественном сознании и политической культуры.¹

Как указывает М. Осборн, политики часто используют в политических коммуникациях архетипические образы природы, воздействующие на политическое сознание граждан.² В политическом коммуникативно-информационном поле часто используются архетипические образы Простодушного, Бунтаря, Правителя и Заботливого.³ Архетипические образы генерируют сильные эмоции, обращаясь к глубоким архаическим генетически наследуемым базовым основаниям регулирования человеческого поведения в эмоционально напряжённом состоянии – архетипам. Архетипические образы, взывая к опыту прошлых поколений, оживляют символические значения в сознании людей.⁴ Политик, обращаясь к целевым аудиториям граждан, стремится включить архетипические образы в эмоционально окрашенный социокультурный контекст с целью направить декодирование смысла участниками целевой аудитории в нужное русло.⁵ Архетип Тени позволяет политикам при помощи различных форм политической коммуникации манипулировать сознанием граждан, переключая мейнстримные настроения граждан на менее значимые общественные проблемы.⁶

Массовое политическое сознание россиян постоянно обращается к архетипам, воспроизводя их сакральные смыслы на уровне массовой политической культуры и наделяя продукты политических технологий символическим значением.⁷

¹ Щербинина Н.Г. Архаика в российской политической культуре // URL: web-local.rudn.ru/http//files.php?f=pf_f06c15c48ab207cc3c8b4e7fbce607c4

² Осборн М. Архетипичные метафоры в риторике: сфера образов «свет-тьма» // Политическая лингвистика. 2008. № 26. С. 182–191.

³ Марк М., Пирсон К. Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов / Пер. с англ. под ред. В. Домнина, А. Сухенко. СПб., 2005.

⁴ Там же. С. 39.

⁵ Шомова С.А. Ключ к власти (Архетипические паттерны политической риторики) // Медиаскоп. 2014. № 3 // URL: <http://www.mediascope.ru/issues/523>.

⁶ Задохин А. Бессознательное российских политических элит: архетипы и комплексы // Научно-аналитический журнал «Обозреватель - Observer». 2011. № 4. С. 26. С. 24–31.

⁷ Большакова А.Ю. Теория архетипа и концептология // Культурологический журнал. 2012. № 1 // URL: http://www.cr-journal.ru/rus/journals/109.html&j_id=9.

Н. В. Карпова, Х. А.Кобелева и другие учёные-политологи отмечают важность влияния на незавершённость процессов формирования современной политической культуры гражданского общества архетипических оснований сакрализации политических лидеров и системы политической власти в России в целом.¹ Н.В. Карпова в качестве актуальных для современной российской политической культуры архетипических образов выделила мифологические сюжеты о «народном правителе», отметив, что «генетический код» политической культуры россиян существует как результат действия процессов воспроизводства исторически сложившегося коллективного бессознательного, отражающего культурно-психологические особенности эволюции профанного и сакрального в историческом опыте и исторической памяти.²

Архетипическое в политической культуре не превращает современное массовое сознание в архаическое, потому что архетипы являются императивами архаического коллективного бессознательного – потестарного общества, в котором не было государственности в современном смысле этого слова. Однако именно архетипические образы позволяют массам объяснять сложные кризисные и трансформационные процессы в рамках архаической по форме и содержанию рефлексии в условиях асимметрии распределения информации и быстрых и внешне хаотических изменений, ломающих установившийся порядок, наделяя события символическими значениями и опытом сакрального прошлого.³

Как не без основания полагает А.Ш. Викторова, «гипотетически архетипы определяют самобытность той или иной культуры, разрушение их ведет к деформациям в устройстве общества, к возникновению и развитию

¹ Карпова Н. В. Социология политической культуры современной России / Н. В. Карпова. М.: Инженер, 2012. С. 9–12; Карпова Н.В. Политическая культура как фактор управления политическими кампаниями. // Политика и Общество. 2017. № 6. С. 81–91; Кобелева Х.А. Гражданское общество сквозь призму особенностей политического генотипа России // Вестник ВГУ. Серия: История. Политология. Социология. 2018. № 1. С. 100–103 // URL: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/history/2018/01/2018-01-15.pdf/>

² Каропова Н. В. Политический миф в системе политико-культурной генетики // URL: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/46752/1/klo_2017; Кольев А. Н. Политическая мифология: Реализация социального опыта. М., 2003.

³ Кольев А. Н. Политическая мифология... С. 60–61.

кризисных ситуаций, которые могут привести к различного рода негативным последствиям. Если архетипы – это прежде всего психическая первооснова (условия) культуры, то традиции – своеобразные первоформы их проявления, которые задают тот или иной способ отношения общества к прошлому».¹

Ю. М. Лотман рассматривал архетипические образы в современной социокультурной деятельности как архаические ментальные структуры, способные к символическому и семантическому переозначиванию, наполнению новыми смыслами и неомифологизации.²

Архетипические основания ретранслируются и поддерживаются в современном российском коммуникативно-информационном пространстве за счет использования и распространения средствами массовой коммуникации «обобщенных представлений людей относительно целей и норм своего поведения и в целом существования, воплощающие исторический опыт и концентрированно выражающие смысл культуры», представляя рамочные образцы социокультурной деятельности, содержащиеся в архетипах.³

В художественном творчестве неизменно присутствует архетипическое. Как отмечал М. М. Бахтин, «каждое явление погружено в стихию первоначал бытия».⁴ Современное искусство реимплантировало в художественные образы сакральные начала, обращаясь к их архетипическим основаниям: социокультурное поле современного искусства наполняется сакрализованными и канонизированными визуальными и литературными образами, являющимися по существу символически означенными симулякрами. Это превращает в массовом сознании профанное в сакральное, вещи приобретают символическую стоимость, которая никак не соотносится с их действительной художественно-эстетической ценностью.⁵ При этом

¹ Викторов А. Ш. К проблеме сохранения русской культуры и российской цивилизации // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. 2012. № 1. С.68.

² Лотман Ю.М. Семиосфера. СПб., 2004. С. 286.

³ Динамика ценностей населения реформируемой России. Отв. ред. Н. И. Лапин, Л. А. Беляева. М., 1996.

⁴ Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М., 1986. С. 381.

⁵ Горбунова Е.В. Актуализация феномена сакрального в ситуации кризиса современной культуры // Сервис Plus. 2015. Т. 9. № 1. С. 77.

художественные образы, которые детерминированы в процессе создания их автором, архетипами коллективного бессознательного и воплощены в артефактах художественного творчества, могут вызывать аллюзии у зрителей или слушателей, обращённые к архетипическим образам коллективного бессознательного, приобретающими детерминирующее влияние в процессе их восприятия.¹ Например, «архетип Великой матери в художественном творчестве в российском искусстве от середины XX века до 2000-х годов встречается у современных художников, преломляясь в призме иконографического сюжета, ярко выраженного образа материнства, где мать и дитя составляют единое целое в картине».²

В российском документальном кино XX века, отмеченном включением четырех документальных фильмов санкт-петербургской школы кинодокументалистов в рейтинг лучших документальных кинофильмов за 100 лет существования кинематографа (П. Когана «Взгляните на лицо» и «Лето Марии Войновой» («Мария»), А. Сокурова «Советская элегия» и Н. Обуховича «Наша мама – герой»), которые «объединяет их близость на уровне Души (Анимы и Анимуса) через проявление архетипов коллективного бессознательного».³ Архетипические основания и ролевые функции волшебной сказки, проанализированные и методологически обоснованные В. Я. Проппом⁴, присутствуют в многосерийном телесериале режиссера С. Урсулюку «Ликвидация». Они были подробно описаны и изучены в содержательной статье Ю. В. Бединской.⁵ Автор пришла к выводу, что использование архетипических оснований образов главных героев сериала и структурной организации сюжета в соответствии с принципами

¹Алексеевкова В. Н. Диалектическая модель творчества как опыт познания // Культурная жизнь Юга России. 2017. № 1. С. 28–29.

²Федорова А. С. Архетип Великой Матери в российском искусстве // Вестник КемГУКИ. 2018. № 42. С. 141; Юнг К. Г. Психологические аспекты архетипа Матери // Душа и миф: шесть архетипов. Пер. с англ. М., 1996. С. 133–156.

³Петрова М. В. Душа документального кино, или коллективное бессознательное // Ярославский педагогический вестник. 2016. № 1. С. 335.

⁴Пропп В. Я. Морфология волшебной сказки. Научная редакция, текстологический комментарий И. В. Пешкова. М., 2001.

⁵Бединская Ю. В. Особенности функционирования архетипических образов в отечественных телефильмах (на примере сериала «Ликвидация») // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика». 2012. № 3. С. 131–138.

функционирования волшебных сказок, способствуют «бессознательному глубокому внутреннему отождествлению зрителей с героями данной телевизионной ленты».¹

Исследования архетипического и мифологического в литературе, в том числе и современной, позволило сформулировать методологически важное для исследования архетипов и мифологем в творческой деятельности в рамках литературоведческой парадигмы положение: мифологема обозначает в искусстве «образ внешнего мира (стихии и их инвариантные проявления, предметы), архетип – различные состояния одного или нескольких героев. При этом необходимо помнить, что и мотив, мифологема и архетип – рудименты целого – первобытного архаического мифа, его частные и дробные проявления в культуре и литературе Нового времени. Этой генетической целостностью и объясняется неосуществимое до конца разграничение понятий, тенденция к дополнению значения одного при помощи значения другого».² При этом, реализуясь в современном социокультурном поле литературы, архетипы и мифологемы генерируют новые социокультурные смыслы, обусловленные современным социокультурным контекстом, основанным на современных социальных практиках.³

Как отмечала автор методики психотерапии на основе сказок – «сказкотерапия» Т.Д. Зинкевич-Евстигнеева, архетипическое в сюжетах сказок имеет инструментальную направленность, ориентированную на выработку определённой модели последовательных действий в сферах социального бытия человека – преодоление испытаний, общая направленность самореализации, в том числе и в сфере взаимоотношений людей, раскрывает базовые ценностные основания жизни.⁴

¹ Там же. С. 138.

² Погребная Я. В. О компонентах мифопоэтического и некоторых принципах их идентификации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013. № 4 (22). Ч. 1. С. 153.

³ Там же.

⁴ Зинкевич-Евстигнеева Т. Д. Мастер сказок. 50 сюжетов в помощь размышлениям о жизни, людям и себе для взрослых и детей старше семи лет. СПб. – М., 2019. С. 9; Франц М.-Л. фон. Архетипические паттерны в волшебных сказках. М., 2007.

Современная русскоязычная литература активно использует, например, архетипы верха и низа, контаминируя архетипические языческие основания с элементами христианства, соединяя библейские символы с архетипами образов животных.¹

Архетипы коллективного бессознательного проявлялись и реализовывались в архитектуре как образы пластических искусств, восходящих «всё к тому же архетипу дома, расширительно понимаемому и как сооружение, и как микросоциум, и как внешнее, и как глубоко внутреннее психологическое пространство, в чувственных переживаниях которого возможно было «схватить» бытие, сфокусироваться на его экзистенциальных порядках».² Архитектурные сооружения воплощают ритуально освящённые архетипические смыслы, в том числе архетипы Пространства и Телесности.³ В современной архитектуре церковного строительства православных храмов используется разработанный российскими архитекторами метод проектирования по архетипам. Этот метод используется и при обучении будущих специалистов в сфере дизайн-проектирования. Гипотеза архетипичности простейших графических образов, символически означенных и несущих в себе глубинные основания коллективного бессознательного, пока ещё, по признанию специалистов, недостаточно осмыслена и требует специальных исследований.⁴

Домашний очаг (дом) как символ мироустройства является важнейшим элементом архетипического бессознательного в социокультурной традиции россиян. В системе архетипических образов архетип Дома имеет различные функции – как базового символа безопасности и жизнеобеспечения, так и смыслообразующую – «родительский дом – начало начал».⁵ Поэтому образ

¹Хитарова Т.А. Образы животных сквозь архетип «Верх» в современной литературе // *SymbolicandArchetypicinCultureandsocialRelations. Materials of the V international scientific conference on March 5-6 2016. Praha: Vedeckovydavatel'ske centrum Sociosfera-CZ s.r.o., 2016. P.43 – 47*

²Мухин А.С. Архитектура и архетип. СПб.,2013. С.280.

³Там же. С.127.

⁴Богомоллов И.И., Мохов А.А., Сидорин А.М. Православный храм XXI века // *Архитектура и строительство России. 2007. № 7. С. 32.*

⁵Данилова А.И. Судьба архетипического образа дом в современном обществе (на примере названий предприятий малого и среднего бизнеса) // *SymbolicandArchetypicinCultureandsocialRelations...P.52 – 58.*

дома используется предприятиями малого и среднего бизнеса в названиях торговых предприятий и продуктов, рекламе.¹

Использование архетипов широко применяется в современной рекламе. Рекламная индустрия, являясь неотъемлемой частью современных культурных индустрий, активно использует сакрализацию предметов вещного мира, символизирующих образ жизни, статус, социально-ролевые позиции как систему социально-ролевой идентификации и самоидентификации пользователей.

Рассматривая обработку информации на уровне подсознания, следует обратить внимание на то, что «автоматические когнитивные процессы бессознательны, параллельны, субъект не может их ограничивать». ² Реклама, как и любое художественное творчество, использующее архетипы, актуализирует их в сознании людей, запуская культурно-психические процессы саморегуляции поведения людей.³ В сфере рекламы рекламные сообщения выполняют роль регулятора поведения производителей и потребителей, актуализируя архетипические образы в производстве и продвижении товаров и услуг и наделении их символическими значениями.⁴

Архетипические образы отсылают потребителей рекламных сообщений при помощи аллюзий к историческому опыту коллективного бессознательного, оказывая культурно-психологическое воздействие на целевые аудитории посредством сим. Архетипические образы проявляются в рекламе как средстве массовой коммуникации в рамках двух типов взаимосвязи: синхронистической, представляющей взаимосвязь между различными типами архетипов и рекламой как феноменом современной

¹Там же. С.53.

²Grunert K.G. Automatic and Strategic processes in advertising effects // Journal of Marketing.1996.V.60 (4). P. 88.

³ Юнг К.Г. Об отношении аналитической психологии к произведениям художественной литературы // Зарубежная эстетика и теория литературы XIX–XX вв.. М., 1987. С.59-60. С. 214-231.

⁴Пендикова И.Г.,Рактина Л.С. Архетип и символ в рекламе. М., 2008. С.100-101; Выпряжкин И.А. Психология рекламы: архетипы // Достижения науки и образования.2018. № 12 (34). С.79 – 83.

массовой культуры, и диахронической, представляющей взаимосвязь архетипов, принадлежащих к одному типу в различные эпохи актуализации.¹

Универсальность архетипических образов заключается в том, что они способны задать рамки опознания и последовательности определённых социальных действий в границах приобретённого и санкционированного в архаических человеческих сообществах опыта, который является основанием для последующей интерпретации ограниченного набора естественных реакций людей на определённые ситуации и определённые простые с современной точки зрения модели поведения.

По мере усложнения социальной жизни архетипические образы стали основанием формирования мифологических образов и структурированных мифологических схем и нарративов, описывающих процесс и результаты использования этих ментальных схем в обыденной жизни людей. В свою очередь сообщества людей придали этим схемам и нарративам сакральный характер, который позволил им сохраняться как императивам, не подлежащим коренным изменениям. Мифы были содержательно детерминированы историческим контекстом соответствующих культур, опосредованных пространственно-временными границами и способами ведения хозяйства, а также средствами вербального и невербального выражения в различных культурах, оказывавших воздействие на мировосприятие и его репрезентацию в различных формах культуры.

Мифы создавались в процессе обработки исторического опыта как «искусственные творения, созданные умелыми и ловкими мастерами».² Поэтому мифы реализуются в трёх проекциях: в качестве формы мышления, в качестве матрицы социальных практик и в качестве формы созерцания мира.³ По мнению Э. Кассирера, миф бинарен по своей природе, обладая двойственной структурой – концептуальной и перцептивной.⁴

¹ Сюткина Е.Н. Проявление архетипики рекламы в массовой культуре // Учёные записки Российского государственного социального университета. 2010. № 3(79). С.134.

² Кассирер Э. Опыт о человеке. Введение в философию человеческой культуры. М., 1998. С. 416.

³ Там же. С.53.

⁴ Там же. С. 386.

В отличие от архетипа или архетипических образов, которые ряд исследователей де-факто отождествляют с мифом, как справедливо указывает М. Элиаде, «миф всегда повествует о чём-то как о действительно происходившем, о событии, которое произошло в полном смысле слова – независимо от того, будь то сотворение мира или самого незначительного вида животного, растения или закона».¹ В то время как архетипы являются своеобразным мостиком между накопленным архаическим опытом и мифологическим осмыслением действительно имевших место наблюдений за окружающим миром, фактов или событий: «В конкретных мифах мы чаще всего встречаем не чистые архетипы – таковых мы, по-видимому не знаем, а, не боясь парадоксального языка, скажем: универсалии с ограничениями, с поправками на особенности данной культурной традиции»², то есть архетипические образы, детерминированные конкретным историко-культурным процессом и сложившимися мифологическими традициями.

На основании вышеизложенного можно сделать следующие выводы:

1. Методологически важно разделять архетипы как рамочные предобразы и архетипические образы, являвшиеся основанием для мифологизации на основании описания и воспоминаний о конкретных произошедших событиях, символически означенных и встроенных в систему коллективного бессознательного архаических культур;

2. Мифологизированные архетипические образы, укоренённые в коллективном бессознательном, по мере развития региональных и локальных вариаций развития духовной культуры подкреплялись в рамках символического универсума традицией, а в современном обществе в качестве рудиментарных универсалий продолжают своё бытование в социально-экономической, социально-политической и социокультурной подсистемах социальной системы современного российского общества;

¹Элиаде М. Мифы, сновидения, мистерии. М., 1996. С. 14.

²Сендерович С.Я. Ревизия юнговской теории архетипа // Логос.1994. № 6. С.158.

3. Они выполняют функции поддержания преемственности в развитии культуры, интеграции нормативно-ценностного регулирования в основных подсистемах жизни современных россиян.

1.3 Роль и функции неотипов и неотипических образов в современной культуре российского общества

Архетипы возникли и формировались в архаические эпохи, когда вариативность социальных практик была ограничена, а коммуникативные взаимоотношения строились на основе личностного и личностно-группового взаимодействия при непосредственных контактах коммуницирующих. Прошли столетия, общество усложнилось, сформировались новые информационно-коммуникативные технологии, мир, говоря словами М. Мак Люэна, превратился в «глобальную деревню», сформировалось общепланетарное информационно-коммуникативное пространство, которое постепенно охватывает всё больше стран и народов.

Уже М. Вебер сформулировал положение о наличии целевых группы – «временных коалиций людей, имеющих различные, зачастую противоположные интересы, которые возникают для решения каких-либо возникающих в практике социальной деятельности вопросов, назвав их «Gemeinschaftshandeln», то есть объединениями для совместных действий.¹ При этом М. Вебер предлагал отличать эти временные сообщества, основанные на принципах конвенциональных договорённостей, от созданных на основе принуждения, которое санкционировано сообществом или государственными или политическими институтам «Anstalten».²

П. Бергман и Т. Лукман, впервые подробно проанализировав принципы социального конструирования, отметили, что символический универсум

¹ Weber M. Economy and Society.... P. 1376 – 1377.

²Idem. P.1380.

формирует алгоритмы субъективного осмысления биографического опыта в рамках культурно-психологического универсума, превращая полученный индивидуальный опыт в типологизированный опыт сообществ. Этот символический культурно-психологический универсум «интегрирует самые различные значения, существующие в повседневной жизни»¹. Важнейшим механизмом существования и поддержания культурно-психологического универсума на обыденном повседневном уровне является мифология.²

М. Кастельс полагает, что современная информационно-коммуникативная среда адаптируется к любой аудитории и, в результате, способна структурировать различные аудитории.³ Это свойство информационно-коммуникативной среды соответствует функции сегментации целевых аудиторий. В свою очередь аудитории стремятся к агрегированию образующих её людей: «Коммуникационные сети – это паттерны контактов, которые создаются с помощью потока сообщений между коммуникаторами в пространстве и времени» в рамках конвенциональных сообществ.⁴

В условиях глобализации информационно-коммуникативного пространства происходит индивидуализация сознания, которая формирует дрейфующую идентичность, расширяя возможности актуализации архетипических оснований и их адаптации к современным социальным взаимодействиям, и вызывает потребность в формировании неоповиненных образов, которые конструируются с целью воздействия на участников глобального информационно-коммуникативного поля, в котором генерируются и распространяются новые универсальные социальные практики. Современные процессы глобализации реализуются в

¹ Бергман П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / Перевод Е. Руткевич. М., 1995.

² Там же. С.75.

³ Кастельс М., Кисилева Э. Россия и сетевое общество // URL: <http://www.socio.ru/wt/00-1/Castels.htm>; Кастельс М. Власть коммуникации: учебное пособие / Пер. с англ. Н. М. Тылевич под науч. ред. А. И. Черных. М., 2016.

⁴ Monge P.R., Contractor N.S. Theories of communication networks by Peter R. Monge and Noshir S. Contractor. Oxford, 2003. P. 3.

социальном поле информационно-коммуникативной трансформативности: это означает, что любые элементы процесса глобализации могут быть трансформированы в информацию, а информация, в свою очередь, может быть трансформирована в социально-коммуникативные действия.¹

Происходит расширение коммуникативных возможностей человека, который, благодаря новым информационно-коммуникативным технологиям, получает доступ к различным технологическим платформам, позволяющим играть различные социальные роли. Отсюда проистекает феномен атомизации современного человека коммуникативного или *homo communicalis*.² В этой связи М. Кастельс полагает, что непосредственные социальные взаимосвязи людей претерпели радикальные изменения и заместились властью коммуникаций.³

Глобальное информационно-коммуникативное пространство характеризуется отсутствием выраженных границ и «дрейфующей локализацией», потому что не имеет выраженных природных и государственных границ, в сфере доминирующей в нём массовой культуры. Оно не ограничено государственными границами, этнокультурными, гендерными и иными социальными рамками, потому что основано на аватарах, профили которых могут быть результатом социально-биографического конструирования в рамках субкультур, с которыми ассоциируют себя участники информационно-коммуникативных социальных сетей. Фактически «фрагментарность – следствие нашего желания принадлежать к определённой группе людей и ассоциироваться с ней, нашего желания быть ...ни на кого не похожим и оригинальным».⁴

¹ Яницкий О.Н. Глобализация: от теории к измерению // Россия реформирующаяся: ежегодник: вып.16 / отв. ред. М. К. Горшков. М., 2018. С. 145 – 170.

² Михайленок О. М., Щенина О. Г. «Человек коммуникативный» в цифровом обществе // Возможности и угрозы цифрового общества: сборник научных статей / под общ. ред. А.В. Соколова, А.А. Власовой. – Ярославль, 2018. С. 63 – 67.

³ Кастельс М. Власть коммуникации: учебное пособие / Пер. с англ. Н. М. Тылевич ; под науч. ред. А. И. Черных. М., 2016. С. 20.

⁴ Нордстрем К.А., Риддестрале Й. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта. СПб., 2001. С.132.

Человек пребывает параллельно в двух социальных реальностях: в вертикально страфицированном институционализированном мире, ограниченном социально-ролевыми позициями, социальным статусом, уровнем культуры, культурно-психологическими характеристиками, с одной стороны, и в мире, организованном по принципам горизонтально ориентированных информационно-коммуникативных сетей: «В XXI в. коммуникативные сети ...составляют новую социальную морфологию обществ»¹.

Символически означенные структуры современного жизненного мира, как не без оснований полагает Ю. Хабермас, воспроизводят себя в рамках культурной традиции, социальной интеграции и киберсоциализации.² Неизмеримо возросшая роль средств массовой коммуникации в первичной социализации современных людей (или, в терминологии Ю. Хабермаса, «киберсоциализации») привела к следующим последствиям: во-первых, произошло смещение оценок проблемной ситуации – своеобразная неорархаизация, когда, подобно архетипическим образам, в основе когнитивного распознавания ситуации оказывается не ситуация, а актер-персонаж с его моделью поведения; во-вторых, в условиях доминирования массовых коммуникаций и потоковой организации информации экранная реальность, являющаяся по существу социальным конструктом информационного производства, подменяет объективную реальность, устанавливая «повестку дня», используя «способность массмедиа структурировать когнитивные возможности аудитории и вносить изменения в существующие когнитивные возможности»³; в-третьих, современные информационные технологии, основанные на передаче больших объёмов

¹ Семенов Е.Е. Виртуальная сетевая парадигма политической активности // Власть. 2013. № 4. С. 35. С. 34 – 38

²Хабермас Ю. Проблема легитимации позднего капитализма /перевод с немецкого Л. В. Воропай, 2010.

³McCombs M.E., Gilbert S. News influence on our pictures of the world // Bryant J., Zillmann D. (Eds.). Perspectives of media effects.-Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1986. P.1-15; McCombs M.E., Shaw D.L., Weaver D.(Eds.). Communication and democracy: Exploring the intellectual/rentiers in agenda-setting theory.-Mahwah, 1997.

информации на высокой скорости передачи, привели к формированию потокового пространства: «Пространство потоков есть материальная организация социальных практик, которые доминируют в сетевом обществе и формируют его... Под потоками я понимаю целенаправленные, повторяющиеся, программируемые последовательности обменов и взаимодействий между физически разъединёнными позициями, которые занимают социальные акторы в экономических, политических и символических структурах общества»¹.

В результате «человек сетевой превращается в одно из программно-аппаратных средств киберпространства, которое открывает доступ к внутреннему пространству человеческой личности и предоставляет широкие возможности целенаправленной манипуляции им».²

Если юнговские архетипы и архетипические образы были порождены в эпоху жизни архаических сообществ – компактных человеческих коллективов, вырабатывавших рутинные матрицы социального поведения на уровне архаического коллективного бессознательного, то в современном трансграничном информационно-коммуникативном пространстве на основе социального конструирования, неизмеримо расширившего социальный опыт, и современных информационных технологий доминантным явлением в сфере коллективного бессознательного стали неотипы и неотипические образы.³

Неотипы отличаются от архетипов тем, что они, во-первых, генерируются, распространяются и подкрепляются с помощью информационных технологий и медиа, где медиа выступают в качестве посредника между коллективным бессознательным и внешним миром, создавая рамки циркулирования информации, которые ограничены терминальными ценностями общества и обуславливают её символическое

¹Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000. С.236.

²Семенов Е.Е. Указ. соч. С.37.

³Лаво Р.С. Этнокультурная дисперсия ассирийцев в контексте глобализации. Судьбы древнейшего народа. Saarbrücken, 2011. С.102-145, 193-222.

означивание;¹ во-вторых, в современных медиа всё шире применяется лингвокультурологическое моделирование в качестве технологии имплантации архетипических и неотипических образов в медиатексты;² в-третьих, символизированные образы виртуальной реальности начинают в условиях современной медиатизации информационно-коммуникативного пространства оказывать воздействие на существующую реальность, трансформируя её восприятие массовыми аудиториями;³ в-четвёртых, наряду с переформатированием архетипических образов в новых культурно-психологических условиях и наполнения их новым символизированным содержанием, инновационные неотипические образы, не имевшие оснований в архетипах, формируются посредством целенаправленного социального конструирования и имплантации в коллективное бессознательное массовых медиааудиторий.

Неотипы и производные от них неотипические образы, в свою очередь, являются ментальными конструкторами, которые создаются на основе контаминированных принципов формирования архетипических образов и современной мифологии.

Полученная в процессе взаимодействия с внешней средой информация проходит в процессе её обработки в индивидуальном сознании человека на уровне бессознательного три последовательных этапа: во-первых, *leveling* – выравнивание или категоризация в соответствии с системообразующими маркерами; во-вторых, *spargenning* – усиление или эмоционально окрашенное ментальное выделение основных характеристик воспринимаемого объекта; в-третьих, *assimilation* – ассимиляцию, которая знаменует собой конструирование ментальной матрицы образа ситуации.⁴

¹ Abel E. Television in international conflict // Arno A., Dissayanake W. The news media and national and international conflict. Boulder, 1984. P. 63-70.

² Лингвокультурологическое моделирование современного медиатекста: монография / И. В. Ерофеева,

В. В. Богуславская, А. Н. Тепляшина, Ю. В. Толстокулакова. Чита, 2017

³ Соколов Б.Г. Социализация в дигитальном мире // Медиа в современном мире. 58-е Петербургские чтения: сборник материалов Международного научного форума (18–19 апреля 2019 г.) / отв. ред. В. В. Васильева. В 2-х томах. Т. 2. СПб., 2019. С.116 – 117.

⁴ O'Hara R. Means for millions. New York, 1981. P. 21 – 22.

Для генерирования неотипов и неотипических образов и их последующей имплантации в сферу коллективного бессознательного требовалась унификация основных ментальных матриц в глобальном масштабе. Для этого различные социальные институты и акторы социокультурных процессов предприняли активное распространение глобальной массовой культуры, превратившееся в управляемую с помощью средств массовой коммуникации экспансию социально сконструированных объектов в форме неотипов и неотипических образов в коллективное бессознательное.¹

Неотипы и неотипические образы основываются в ряде случаев на иррациональных архетипических основаниях, подвергшихся трансформации и переформатированию с учетом современных социокультурных практик, во многом изменивших первоначальные базовые архетипические модели в соответствии с современной социокультурной ситуацией с применением приёмов мифологизации. В этом случае приёмы мифологизации неотипических образов играют «реверсную роль»: отталкиваясь от конкретных проявлений социальной жизни, выделяют самое общее, матрично-рамочное содержание.²

Анализируя динамику функций мифологии в социокультурной сфере, П.К. Огурчиков отмечает, что если в архаических обществах мифология реализовывалась как интерпретация «постоянной изменчивости картины мира, «населённости» её символическими образами со свойственными им метаморфозами», то в современной культуре мифологическое мировосприятие «символизирует собой таинство включения ценностного, вселенского смысла в замкнутый круг конкретного, завершённого времени», погружая его мыслительную деятельность в «глубины бессознательного».³

¹Malesevic S. Identity as Ideology : Understanding Ethnicity & Nationalism . Hampshire -NewYork , 2006.

² Ср.: Иванов А.Г., Целыковский А.А. Современная мифология и идеология как регуляторы общественной жизни // Вестник ВГУ: Серия Философия. 2017. №2. С.37.

³ Огурчиков П.Г. Мифология как качество современной культуры // Аналитика культурологии. 2013. № 1(25). С.25.- С.24-26; Ромаха О. В., Лапина Т. С. Антропологические представления о человеке как творца и производного культуры // Аналитика культурологии. 2010. №16. // URL:

Неотипы и неотипические образы в сфере современной экономической культуры проявляются в качественно ином содержании, по сравнению с проявлением архетипов и архетипических образов. Это обусловлено сменой форм примитивного обмена и распределения на сложные формы транзакционных обменов и вытеснение простых повторяющихся форм хозяйственной деятельности сложными конкурентными отношениями и инновационной деятельностью для обеспечения конкурентных преимуществ, а также масштабами производственной деятельности и сложностью применяемых технологий: «Мутации, коснувшиеся различных сфер человеческого бытия, связаны прежде всего с наступлением эры новейших технических средств массовой коммуникации ... Экспериментирование с искусственной реальностью, различные способы моделирования действительности повлекли за собой изменение в характере восприятия самой действительности, повлияли на способ общения людей. Участники этого процесса оказались помещенными в реалии так называемой симулятивной сферы информации».¹

Сама область современного сложно организованного производства является важной для проявления неотипов и производных от них неотипических образов как коллективного бессознательного, актуализирующего его в условиях сложной системы взаимодействий, но не осознаваемого в контексте его реализации, а лишь включающего культурно-психологические механизмы распознавания ситуаций: «Рассматривая повторение в объекте, мы остаёмся в стороне от условий, которые делают повторение возможным. Рассматривая изменения в субъекте, мы оказываемся перед общей формой различия».²

Если в традиционном обществе время не течёт линейно и ориентировано на прошлое, то в современном обществе течение времени

<https://cyberleninka.ru/article/n/antropologicheskie-predstavleniya-o-cheloveke-kak-tvortsa-i-proizvodnogo-kultury>

¹ Печенкина О. А. Этика симулякров Жана Бодрийера (анализ постмодернистской рецепции эпического) : автореф. ... дис. ... канд. философ. наук: 09.00.05. Тула, 2006. С.2.

² Атанов А.А. Экономика концептов . Иркутск , 2008.С.121.

устремлено в будущее. Ю.М. Лотман полагал, что архаическая культура и, следовательно, её проявления в архетипах и архетипических образах, ориентирована на сакрализацию памяти в заархивированных ментальных программах, регулирующих социальный порядок с помощью обрядов и ритуалов.¹ Своеобразной программой поддержания стабильности и, соответственно, безопасности, механизмом интеграции в архаических обществах становится их объединение в общей системе коллективного бессознательного – архетипах.²

Но если центральной задачей архетипического сознания в экономической культуре было поддержание неизменности и медленное эволюционное накопление адаптационных элементов, то в обществе, в котором доминируют неотипы как коллективное бессознательное в контаминации с включёнными в иной контекст и приспособленными к иной эпохе архетипами – центральной задачей является имплантация матриц риска, который необходим в современном постиндустриальном развитии.

Как пишет в этой связи Э. Гидденс, «современность есть культура риска»³ – именно риск, рискованные операции в бизнесе, политике и других сферах жизни позволяют опередить конкурентов, создать, пусть и не слишком долговременные преимущества и за счёт этого добиться успеха. Культура современной экономики общества риска ориентирована на будущее, которое является зоной неопределённости, увеличивает возможности наступления непредвиденных и не всегда благоприятных последствий, но в случае успеха позволяет вырваться в лидеры. Поэтому в современной массовой культуре преобладают такие свойства, как ориентация на гомогенную аудиторию, опора на коллективное бессознательное, содержащее иррациональные и эмоциональные составляющие, подменяющие отрефлексированную реальность, опирающуюся на логику и традиции

¹ Лотман Ю.М. Культура и взрыв М., 1992.

² Элиаде М. Мифы, сновидения, мистерии. М., 1996. С.264-265.

³ Giddens A. Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age. Stanford, 1991. P.3.

виртуальным «миром утешительных образов»¹. Тем самым в массовом сознании «общества риска» снижается естественный страх перед возможными рисками в результате наступления последствий рискованных действий. В этом случае мифологизация процессов и событий и их последствий позволяет реализовать компенсаторную функцию мифа, когда продуцирует в сознании человека чувство комфорта и личной безопасности. А нормативно-регулятивная функция мифа служит оправданием нарушения правил нормативно-ценностной системы в обществе.

В современной экономической культуре велика доля информационной составляющей, которая переходит и на продукты производства. В результате информация становится неотделимой от предлагаемого на рынке произведенного товара. Но, кроме этого, для продвижения товара на рынке необходимы различные формы коммуникации с различными акторами рынка – с коммерческими посредниками, логистиками, ритейлерами и, наконец, потребителями.² В производстве в условиях генезиса информационного общества с повышающейся ролью информационных ресурсов процессы потребления и воспроизводства их как ресурса совпадают.³

В этих условиях неотипы инеотипические образы начинают играть важную роль в формировании и развитии коллективного бессознательного в информационно-коммуникативных процессах в социально-экономической сфере. Во-первых, это незримое присутствие в товаре или услуге ментальной матрицы неотипа, которая выступает в роли «социальной фасилитации» в процессе производства.⁴ Как отмечал А.Моль, себестоимость производимой продукции включает в себя и стоимость коммуникаций продвигающих эту продукцию и престиж производимой марки, которые порождаются

¹Аблеев С.Р., Кузьминская С.И. Массовая культура современного общества: теоретический анализ и практические выводы // Этика и наука будущего. Материалы II Российской междисциплинарной научной конференции. М., 2002. С. 239 – 243; Шестаков, В.П. Мифология XX века: Критика теории и практики буржуазной «массовой культуры». М., 1988.

²Айрапетова А.Г., Акабиров Ф.О., Адиев И.М. и др. Государство и рынок: новое качество взаимодействия в информационно-сетевой экономике / под ред. С.А. Дятлова, Д.Ю. Миропольского, В.А. Плотникова. Т. 1. СПб., 2007.

³Майдыров С.Г. Информация и знания – основные экономические ресурсы и их особенности в постиндустриальном обществе // Статистика, учёт и аудит. 2015. Т.1 (56). С. 131.

⁴Майерс Д. Социальная психология. /Пер с англ. СПб., 1996. С. 356.

информационно-коммуникативной составляющей современного производства.¹ Неотипы в качестве самостоятельных ментальных структур или в контаминации с архетипами входят в состав тех 80% информации, которые воспринимаются целевыми аудиториями на уровне подсознания.² При этом неотипические предобразы ориентированы не на архаическое прошлое, а на проективное неотипическое будущее. Но создаются они, в отличие от архетипов, с использованием инструментария социального конструирования и мифодизайна. В этом случае происходит гибридизация архетипических оснований, неотипических конструкторов и приёмов мифодизайна.

Уже Ф. Котлер выделил два типа маркетинга: во-первых, ориентированный на удовлетворение нужд потребителей и, во-вторых, ориентированный на конструирование потребностей и их предъявление как ориентированных на находящиеся в рефракторном, то есть не осознаваемом состоянии, скрытых или латентных потребностей.³ Современный потребитель приобретает брендовый товар, в котором доминирует мифологизированное символическое значение, созвучное с идеализированной картиной успешной и счастливой покупки:⁴ «Мифодизайнер может оказывать влияние на потребителей через память, устойчивые ассоциации (прошлое), через будущее, когда можно домыслить развитие событий рекламы, подключить воображение, связать это с планами и мечтами потребителей, через настоящее, когда миф тесно связан с реальными текущими событиями жизни»⁵.

Современные рекламные коммуникации активно используют архетипы, неотипы и мифотворчество в рамках мифодизайнерских

¹ Моль А. Социодинамика культуры. /Пер с фр. /Предисл. Б.В. Бирюкова. Изд. 3-е. М., 2008. С.105.

² Степанычева Е.В. Мифологизация потребления как инструмент брендинга // Социально – экономические явления и процессы. 2011. №5-6.С.218 - С. 216 – 222.

³ Легенды брендинга. Что общего между маркетингом и мифологией // URL: http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/brand/myth_branding.htm.

⁴ Ульяновский А.В. Мифодизайн в рекламе : учебное пособие. СПб., 2011. С.5.

⁵ Овчинникова Е.С. Мифодизайн как инструмент построения бренд-коммуникации // Стратегические коммуникации в современном мире : сборник материалов по результатам научно-практических конференций. Саратов, 2018. С.213.

технологий. Мифодизайнеры выступают в качестве культурно-психологических социальных культурных конструкторов, создавая сложные символические тексты, включающие как вербальные, так и невербальные элементы и применяющие приёмы мифологизации и символического означивания повседневных и досуговых социальных практик, формируя источники мощного суггестивного воздействия на целевые аудитории. Поэтому значительная доля современной продукции в различных отраслях экономики приобрела мифологизированный и символический характер, что соответствует парадигме символического потребления. Как отмечал Д.Келлнер, одной из форм символической сферы в современном обществе является гиперреальность как область виртуальной реальности, в которой актуальная реальность подменяется симулякрами:¹В постиндустриальном обществе рождается новая форма виртуализации, но не виртуальная реальность как таковая, так как и прежде человек сталкивался с виртуальным во всех сферах своего жизненного опыта. Специфика виртуальности, характерной именно для постиндустриального общества, заключается в том, что она становится гиперреальностью, новым жизненным пространством человека, замещающим собой пространство социальной реальности»².

Д.Белл полагал, что гиперреальность является результатом взаимодействия между социально-экономическими, социально-политическими и социокультурными реалиями и новыми информационно-коммуникативными технологиями.³

Изучавший виртуальную реальность в современном обществе Ж.Бодрийяр выделил воображаемое, превратившееся в часть современной реальности как коллективное бессознательное, сконструированное из комбинации заранее повторяющихся элементов.⁴ Человек, проживающий

¹ Kellner D. Baudrillard J. From Marxism to postmodernism and beyond. Stanford, 1989.

² Манакова И.Ю. О фиктивности, подлинности и симуляции // Вестник ВГУ. Серия: Философия. 2012. № 2. С.147.

³ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / Даниел Белл; Пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева. М., Academia, 2004.

⁴ Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структура. / Пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. М.: Республика; Культурная революция, 2006.

вместе с сообществом, к которому он принадлежит, проживает в современном обществе практически одновременно в различных реальностях, что в перспективе приведёт к невозможности распознать границы между различными реальностями и постоянному переконструированию картин окружающего мира благодаря структуре коллективного бессознательного.¹ Социальное конструирование в виртуальной реальности, происходящее на основе комбинирования постоянных элементов, подверженных процедуре символизации, проясняет генезис и формирование неотипов и неотипических образов в сфере современной экономической культуры.

Не меньшее, если не большее значение эти явления приобретают в политической культуре. По мнению А.С. Ахиезера и И.Г. Яковенко, в российской политической культуре присутствует двуслойность в виде административно-бюрократической политической культуры административно-политической элиты, «пронизанной токами архаического сознания», но осознающей необходимость соответствовать требованиям современного образа социального демократического государства», и массовой политической культуры «низовых слоёв, сохранивших почти нетронутые архаические представления о мире».² В современном российском обществе преобладают консервативные и традиционалистские взгляды, что подтверждается проведёнными социологическими исследованиями:³ «Традиционализм россиян наиболее рельефно проявляется в их широкой поддержке традиционалистского истолкования терминальных ценностей. Однако поддержка традиционализма на уровне абстрактных императивов отнюдь не служит руководством при планировании поведения в повседневности».⁴

¹ Грицанов А.А., Кацук Н.Л. Жан Бодрийяр. Минск, 2008.С.21.

² Ахиезер А. С., Яковенко И. Г. Что же такое общество? // *Общественные науки и современность*, 1997. №3. С.33; Омелечкин О.В. Гражданская культура России: проблемы формирования // *Вестник КемГУ*. 2015. №2-2 (62) // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/grazhdanskaya-kultura-rossii-problemy-formirovaniya>.

³ Горшков М.К. и др. Двадцать пять лет социальных трансформаций в оценках и суждениях россиян: опыт социологического анализа / Отв. ред. М.К. Горшков, В.В. Петухов. М., 2018.С.312.

⁴ Межнациональное согласие в общероссийском и региональном измерении. Социокультурный и религиозный контексты : [монография] / Отв. ред. Л.М. Дробизева. М., 2018. С.231.

В современном российском обществе наблюдается выраженная поддержка и реализация традиционалистских оснований терминальных ценностей, что является значимым основанием общероссийской историко-культурной идентичности вне зависимости от социально-демографических и этнокультурных показателей и религиозной принадлежности.¹ Доминирование архетипических оснований в жизни современного российского общества подтверждается и значением интуиции повседневной социальной деятельности россиян.²

Наряду с этим, в российском обществе сформировался сегмент инновационно ориентированных людей или людей XXI века. Учёные Фонда «Общественное мнение» отнесли к последователям этого стиля жизни 10 – 15% населения. Этот социальный сегмент российского общества характеризуется следующими качествами: 90% людей, относящихся к этой социокультурной группе, постоянно работает за компьютером и пользуется глобальной информационной сетью «Интернет», имеет кредитные банковские карточки, по которым проводит большинство финансовых транзакций, 34% этих людей занимается творчеством.³

Фактически образовавшаяся социокультурная группа дифференцирует российское общество, используя социально-культурный капитал как средство дифференциации по отношению к другим социокультурным группам и агрегируя (интегрируя) креативно активных индивидов внутри российского общества, обеспечивая формирование постиндустриального кластера социокультурной системы в рамках российской социокультурной системы. При этом, видимо, необходимо в рамках этой качественно новой социокультурной группы выделять две подгруппы: активистов-лидеров и последователей. В этой связи особое значение приобретают именно

¹ Там же. С.235.

² Голенкова З.Т. и др. Особенности модернизации социальной структуры российского общества: монография. М., 2018. С.70; Харрисон Л. Главная истина либерализма: как политика может изменить культуру и спасти её от самой себя / Пер. с англ. М., 2008.; Ядов В.А. К вопросу о национальных особенностях модернизации российского общества // ФНИСЦ РАН: [веб-сайт]. 2010. URL:<http://www.isras.ru/publ.html?id=1736>.

³ Лебедева Н.М. Люди XXI века // URL: <http://www.rg.ru/2009/09/08/ludi-site-anons.html>.

последователи, как распространяющие (тиражирующие) новые социокультурные практики, имплантированные в обществе активистами-лидерами. Они создают основы современной гражданской политической культуры в российском обществе. Современные средства массовой коммуникации формируют глобальную саморазвивающуюся информационно-коммуникативную систему, которая продуцирует возникновение новых технологий управления политической культурой. А так как сами политические отношения очень сложны, ассиметричны с точки зрения распространения информации, их сущности в практике обыденной политической жизни используют технологии политической мифологизации и политического манипулирования и направляют политическое поведение людей в соответствии с преобладающей в политической культуре страны нормативно-ценностными моделями. Как во внутренней, так и во внешней политике государств, в том числе и Российской Федерации, проявляются как архетипические образы, так и сконструированные в соответствии с доминирующей идеологией неотипические образы, зафиксированные в общенациональном коллективном бессознательном, обусловленном культурно-психологическими особенностями национального габитуса и менталитета.¹

Как писал в этой связи Г.Г. Почепцов, «в обществе имеют место, как процессы программирования, так и процессы депрограммирования массового сознания, в котором происходит имплантация, кодировка и декодировка определенных базовых структур (сценариев, нарративов, скриптов), которые существенным образом его трансформируют»².

Политики намеренно актуализируют коллективное бессознательное в политической массовой культуре: «Обращение к самым тёмным сторонам массового сознания многократно усиливается возможностями технического

¹ Илюхина В.В. Фактор первообраза в национальном мировоззрении // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2014. №9 (137).С.18-19.

²Почепцов Г.Г. Политические инновации и преодоление барьеров массового сознания // Фтилософскинауки.2010.№ 1. С.40.

арсенала Современности. Сегодня обращение к иррациональному, мобилизация бессознательного стало одной из самых эффективных политических технологий»¹. Современная политическая культура во много превратилась, говоря словами Ю.М. Лотмана, в «мифопрождающую систему»: «Политическая мифология является неотъемлемой частью массовой политической культуры, представляя собой ненаправленное политическое мышление большинства общества в отличие от логического политического мышления политических деятелей и интеллектуалов. Происходит параллельное развитие двух уровней осознания политической реальности – элитарного и массового...»².

Сознание человека, обладающее имманентным свойством продуктивной деятельности в символической форме, позволяет индивиду дифференцировать поступающую из окружающего его мира информацию, распознавать её коды, декодировать и соотносить с известными символическими обозначениями феноменов природной и социальной реальности. Наряду с индивидуальными свойствами человеческой психики, значимую роль в процессе восприятия информации и организации мышления индивида выполняет габитус, концепт которого был предложен П. Бурдьё: «...систематизированные модели восприятия и оценки... являющиеся результатом длительного опыта субъекта и обусловленные определённой социальной позицией».³ Как справедливо полагает П. Бурдьё, габитус не только оказывает воздействие на направление и интенсивность процессов исторического развития, но и является фильтром восприятия информации о динамике окружающего мира.⁴ Вместе с тем, габитус формирует и социальное пространство обитания индивида или *habitat*.⁵

¹Буренко В.И. Политика в контексте мифологии: история и современность // PolitBook. 2018.№ 3. С.74.

² Бенина Л.И. Политическое бессознательное в массовой политической культуре //Вестник Башкирского университета. 2011. Т.16. № 4. С.1354-1360

³Бурдьё П. Социальное пространство и символическая власть // THESIS. Т. 1. Вып. 3. 1993. С. 143

⁴Бурдьё П. Практический смысл. СПб., 2001.С.105.

⁵Бурдьё П. Социология социального пространства.С.30.

Возникающие ментальные комбинации формируют мотивы деятельности индивида, целеполагание и практическую деятельность по реализации сформулированных на ментальном уровне целей.

Габитус находится в диалектическом взаимодействии с менталитетом. В то время как габитус отражает как дорефлексивные, так и рефлексивные культурные формы, менталитет обусловлен процессом внебиологической передачи от поколения к поколению устоявшихся образцов поведения, различающихся по содержанию (идеи, нормы), по функциям (обычаи, обряды) и по характеру быта. Наиболее устойчивой структурной частью менталитета оказываются традиции, которые санкционированно поддерживаются всем социокультурным сообществом.¹ Менталитет играет роль социокультурного детерминанта в направляющем поведении человека в различных, прежде всего повторяющихся, ситуациях, представляя дорефлексивный глубинный уровень самосознания конкретной социокультурной общности.² Менталитет интегрирует «ценностные формы сознания (философию, религию, мораль и др.) с миром психических состояний индивида, определяя тем самым целостный образ жизни человека, его ментальность как феномен культуры».³

Ментальность рассматривается в современной науке как совокупность когнитивных, аффективных и поведенческих характеристик, являет собой психическое состояние и социокультурные феномены, поэтому она включает чувства, образы, идеи, идеалы, установки, мотивы, ситуации, события, а также их степень вовлечённости в повседневные социальные практики.⁴ Под ментальностью понимается «механизм отражения (рефлексии) внешнего мира, от которого зависят реакции людей на этот внешний мир».⁵ При этом

¹Тощенко Ж.Т. Этнократия: История и современность. Социологические очерки. М., 2003. С.405.

²Нанаева Б.Б. Социокультурные традиции в контексте становления и развития самосознания этноса // автореф. дис... д-ра философских наук. 24.00.01 Ростов-на-Дону, 2010. С. 12.

³Ермасова А.А. Ментальность русского человека как феномен национальной культуры (философско-антропологический анализ): автореф... дис. ... д-ра философ. наук: 09.00.13. СПб.- Пушкин, 2007. С.16

⁴Козловский В.В. Понятие ментальности в социологической перспективе // Социология и социальная антропология. СПб.: Алитейя, 1997. С. 33.

⁵Фирсов Б. Ментальные миры современного российского населения // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев. 2003. № 4. С.6.

ментальность представляется интегрирующим началом материальных условий, повседневного быта, прижизненного мироощущения, архаики, устной культуры, которые репрезентируются во внешней среде только в форме проекций.¹

Фактически под менталитетом понимается обыденное мышление, основанное на применении опознания, описания и разрешения ситуаций, которые основываются на уже накопленном предшественниками опыте.²

Весьма интересным и продуктивным представляется точка зрения С.Ю. Хлыстунова, который предложил, опираясь на теоретические построения М. Маклюэна и Д. Рисмена, трёхсложную типологию менталитета.³ В основу классификации типов менталитета он положил формы восприятия окружающей действительности. С.Ю. Хлыстунов выделил три формы менталитета:

1) традиционный менталитет, основанный на доминировании чувственно-слухового восприятия реальности и ориентированный на универсальные моральные ценности;

2) модернизированный менталитет, основанный на доминировании зрительного восприятия реальности, «все еще изнутри-ориентированного, но уже в большей степени на сверхморальные ценности»;

3) постмодернистский, извне-ориентированный тип, ориентированный на доминирование визуального способа восприятия, где полностью выхолощены ценности морального порядка, причём сменившие их сверхморальные ценности чаще всего имеют «референтную» природу и задаются извне мейнстримом общественного мнения, внедряемого с помощью средств массовой информации.⁴

Важнейшим системоподдерживающим и системоразвивающим механизмом культурной подсистемы социальной системы российского

¹ Там же.

² Московичи С. Век толп. М., 1996. С. 98

³ Хлыстунов С.Ю. Средства массовой информации российского общества в условиях идеологической глобализации: социологический подход: автореф. дис....д-ра соц. наук: 23.00.02. Саратов, 2007. С.18.

⁴ Там же.

общества является наследуемая традиция. Традиция представляется системообразующим способом социального регулирования социокультурной системы.

Согласно точке зрения В.Б. Власовой, существуют два вида традиции – наследуемая как по форме, так и по содержанию в неизменном виде, или «классическая традиция», и традиция, в рамках которой происходит корреляция заданных предшествующим опытом схем в соответствии с объективным, предметным содержанием деятельности в «настоящий момент».¹

Соглашаясь в целом с предложенной типологией, позволим применительно к населению России учитывать контекст кросс-культурных взаимоотношений в рамках многонациональной российской культуры. Едва ли до сегодняшнего дня классические традиции сохранились у российского населения в неизменном, «законсервированном» виде. Практически все традиции испытывают влияние социокультурного контекста, в том числе и подвергаясь гибридизации с модернизированными и инновационными социокультурными формами и нормами. Однако, видимо, можно говорить о доминировании в таких традициях архаической социокультурной составляющей или неотипической социокультурной составляющей. Поэтому представляется обоснованным утверждение В.Б. Власовой о том, что классический тип культурной традиции «продолжает работать сегодня в модифицированном виде».²

Значимой проблемой в современной теории культуры становится вопрос о саморазвитии человека как субъекта социокультурного процесса, как не только наследника, но и творца социокультурного опыта, закрепляемого в форме неотипического коллективного бессознательного, способствующего поступательному развитию общества.

¹ Власова В.Б. Человек в сфере наследования культуры // Человек в экономике и других социальных средах. М., 2008. С.100, 105.

² Там же. С.106.

При этом методологически важно проследить динамику значимых процессов – от превращения разнообразия в фактор динамики на всех уровнях общества до его влияния на конфликтность, на интеграцию и дезинтеграцию сложных социокультурных систем.¹ Если в архаических обществах в основе социокультурного воспроизводства человеческого сообщества лежали эмоциональные механизмы, аффекты, то в силу формирования в социокультурной системе способности субъектов или акторов социокультурной системы к различным интерпретациям как внутренней, так и внешней среды, эта роль перешла к нормативно-ценностным ориентациям. В этом смысле можно различать противоречие между ценностными ориентациями сельского населения, отграниченного в социально-временном отношении сезонной цикличностью, связанной с графиком ведения сельскохозяйственных работ и обусловленных природным годовым циклом, и ценностные ориентации городского населения, аккумулирующие наиболее социально активное, стремящееся к различным формам личностной самореализации городское население, которое находится в условиях интенсивной конкуренции и кросс-культурных взаимодействий. Согласно обоснованному подходу А.С. Ахиезера, «наиболее продвинутые городские центры творческой деятельности постоянно распространяют через диалог социокультурные достижения на все другие города, открывают возможность концентрации всех позитивных достижений в любой точке общества, т.е. формируют вектор конструктивной напряжённости в масштабе общества».² С другой стороны, рост городов включает способности людей постоянно развивать, воспроизводить разнообразие форм деятельности, которые составляют богатство общества, основу его творческого потенциала».³ Хотелось бы в этой связи обратить внимание на фразу А.С. Ахиезера о «наиболее продвинутых» городах. Она представляется не

¹ Ахиезер А.С. Человек в переходах между культурами // Человек в экономике и других социальных средах... С.110.

² Там же. С.121.

³ Там же.

случайной. Далеко не все города превращаются в точки бифуркации и становятся центрами развития. Очевидно, необходима определённая критическая масса населения, которая превращает город в точку столкновения и, следовательно, развития различных ценностных ориентаций. В этой связи А.С. Ахиезер выделяет значение средств массовой коммуникации, репрезентирующих различные нормативно-ценностные модели и стили жизни, транслирующие массовые социокультурные образцы широким слоям населения, вовлекающие широкие массы населения в процесс социокультурных изменений. Например, реклама, ставшая важнейшим социально-коммуникативным институтом означивания и трансляции новых социальных смыслов и моделей социальной активности, направляет «вектор конструктивной напряжённости на освоение, приобретение, приобщение к вещам, процессам, произведениям искусства и т.д.»,¹ вызывая когнитивный диссонанс между укоренёнными в сознании знаниями и оценочными моделями и инновационными, побуждающими к освоению нового вещного мира и коммуникативного пространства.

Взаимопроникновение различных подсистем социальной системы, например, социокультурной и социально-экономической, выражается в культурации экономики, и экономизации культуры как сфер человеческой деятельности. Как справедливо, по мнению диссертанта, подчёркивают С.Лэш и Дж. Урри в интереснейшей книге «Экономика знака и пространства», в глобальной системе производства «то, что производится в большем и большем количестве, – не материальные объекты, а знаки (добавим: имеющие материальное воплощение в товарах и услугах, сформировавших так называемые «товарные линии». – *О.В.*). В основном это знаки двух типов. Они либо имеют преимущественно когнитивное содержание, а потому представляют собой постиндустриальные или информационные товары, либо обладают эстетическим – в самом широком

¹Там же. С. 126.

смысле – содержанием и являются постмодернистскими товарами».¹ А человеческая деятельность по разработке, созданию, упаковке и оформлению, продаже и сервисному обслуживанию товаров получает всё большее эстетическое наполнение, да и сама «экономическая жизнь сама становится культурной и эстетизированной».²

Культурологическая исследовательская группа Открытого университета в Лондоне (Cultural Studies Open University Group) предложила свою, как представляется диссертанту, более точную характеристику явления культурной экономики: «Культурная экономика придаёт первостепенное значение языку, репрезентации и значению – то есть культуре – в деле понимания экономической жизни и формирования экономических идентичностей».³

Культурная экономика предполагает:

- 1) подход к экономике как явлению культуры;
- 2) подход к корпорации с точки зрения внедрения и распространения во внутренней и внешней среде корпорации корпоративной культуры, создающей дополнительные конкурентные преимущества;
- 3) эстетизация разработки, производства и реализации товаров и услуг;
- 4) рост культурной индустрии за счёт расширения досугового времени у населения.

Американские исследователи Дж. Пайн и Дж. Гилмор назвали формирующуюся глобализированную экономику «экономикой впечатлений», а в подзаголовок своей книги вписали: «мир бизнеса – это театр, а каждая компания – сцена».⁴

На уровне научной интуиции эта тенденция в эволюции экономики была выделена в рамках теории индивидуального выбора Л. Эбботом ещё в

¹Lash S., Urri J. (eds.). *Economies of Signs and Space*. London, 1994. P. 15.

² Idem.

³ Du Gay P., Hall S., Janes L., Mackay H., Negus K. *Doing Cultural Studies: the Story of the Sony Walkman*. London, 1997. P. 4.

⁴ Pine J., Gilmore J.H. *The Experience Economy: work is theatre and every business a stage*. Boston, 1999.

середине XX века: «Люди желают обрести вознаграждение переживания. Что считать вознаграждением – вопрос индивидуального решения; оно меняется в зависимости от вкусов, стандартов, верований и целей, и эти изменения сильно зависят от личности индивида и культурной среды. В этом состоит основа теории выбора, достаточно широкой, чтобы охватить как азиатскую, так и европейскую культуры, а также циников, гуляк, религиозных фанатиков, тупиц и интеллектуальных гигантов».¹ По существу, произошло взаимопроникновение социокультурной и экономической подсистем общества, когда обе подсистемы оказывают зримое детерминирующее воздействие друг на друга, что обусловлено результатами глобализационных процессов в рамках развития миросистемы.

Одновременно этот процесс взаимопроникновения приводит к росту внутрисистемных противоречий рассматриваемых подсистем. Образуются сегменты глобальной высокой интеллектуальной культуры, с одной стороны, и глобальной массовой низкой культуры, с другой: «Массовая культура, по существу, выступила в качестве той знаковой системы, которая была равно доступна всем членам общества вне зависимости от их социального статуса и степени включённости в профессиональную систему знания».² Кроме того, в силу неравномерности развития социокультурной и экономической систем в рамках государственных границ более явно проявляются локусы и анклавные с различным уровнем развития, усиливающие внутреннюю гетерогенность ранее однородных сегментов, порождая новые точки бифуркаций.

В современной культурологии потребность в понимании «жизни как социокультурной жизнедеятельности будет возрастать, поскольку, являясь базовым, оно успешно сочетает как единичное, индивидуальное, так и всеобщее, представленное в науках об обществе и культуре».³

¹Abbot L. Quality and Competition. New York, 1955. P. 41.

²Костина А. В. Массовая культура как культура диалога // Цивилизации. 2006. Вып. 7. С. 245.

³Микешина Л. А. Жизнь как категория наук об обществе и культуре // Современные философские проблемы естественных, технических и социально-гуманитарных наук / Под ред. В. В. Миронова. М., 2006. С. 506.

Всё это представляется необходимым и важным в развитии методологических оснований исследования неотипического коллективного бессознательного в современной массовой российской культуре. Используя технологии социального конструирования и приёмы мифологизации производимых товаров и услуг, развитие символического означивания сфер производства и потребления, современные мифодизайнеры в экономике, политике и культуре спроектировали и создали самовоспроизводящуюся систему ментального управления при помощи неотипического коллективного бессознательного. В рамках мифодизайна возникли новые формы и жанры социокультурной деятельности – жанр фэнтези, отодвинувший на периферию жанр научной фантастики, созданной в эпоху модерна, жанр арт-хауса, жанр перформанса, виртуальные игры, квесты и т.п.

Как показывает исторический опыт, неотипы и неотипические образы, по сравнению с архетипами и архетипическими образами обладают качественно новыми свойствами: они по природе своей целеориентированы и конструктивны, пластичны и изменчивы; обладают большей глубиной воздействия на коллективное бессознательное в рамках современной массовой культуры в силу своей конструктивистской природы.

Всё сказанное выше позволяет сделать следующие выводы:

1. Процессы развития информационно-коммуникативных технологий привели к генезису и формированию высокоэффективных ментальных структур коллективного бессознательного – неотипов;
2. Возникновение мифодизайна как отклика на потребность в развитии социального конструирования привело к гибридизации архетипов, укорененных в габитусе и менталитете русской культуры поддерживаемых с помощью традиций, и неотипов, в рамках коллективного бессознательного;
3. Неотипы и неотипические основания превратились в важный инструмент управления людьми и массовой культурой, что привело к начавшемуся процессу гибридизации современной экономики и современной массовой культуры.

На основании изложенного в первом разделе настоящей диссертации можно сделать следующие выводы:

1. В современном обществе сосуществуют три основные культурно-психологические формы коллективного бессознательного – архетипы, включая архетипы, адаптированные к социокультурной динамике современного общества, стереотипы и неотипы;

2. Неотипы, в отличие от архетипов, ментально ориентированы не на сакрально-мифологическое, а на конструируемое проективное будущее; это, как и их социально-конструктивистская природа, отличает их от архетипов.

3. Архетипы, включая архетипы, адаптированные к социокультурной динамике современного общества, стереотипы и неотипы как формы коллективного бессознательного оказывают важное детерминирующее влияние на морфогенезис культурных форм современной культуры;

4. Методологическим основанием исследования современных форм в нашем диссертационном исследовании является предметно-деятельностный подход к культуре, сформулированный в работах М.С. Кагана;

5. Методологически важно разделять архетипы как рамочные предобразы и архетипические образы, являвшиеся основанием для мифологизации на основании описания и воспоминаний о конкретных произошедших событиях, символически означенных и встроенных в систему коллективного бессознательного архаических культур;

6. Мифологизированные архетипические образы, укоренённые в коллективном бессознательном, по мере развития региональных и локальных вариаций развития духовной культуры подкреплялись в рамках символического универсума традицией, а в современном обществе в качестве рудиментарных универсалий продолжают своё бытование в социально-

экономической, социально-политической и социокультурной подсистемах социальной системы современного российского общества;

7. Мифологизированные архетипические образы выполняют функции поддержания преемственности в развитии культуры, интеграции нормативно-ценностного регулирования в основных подсистемах жизни современных россиян;

8. Процессы развития информационно-коммуникативных технологий привели к генезису и формированию высокоэффективных ментальных структур коллективного бессознательного – неотипов;

9. Возникновение мифодизайна как отклика на потребность в развитии социального конструирования привело к гибридизации архетипов, укорененных в габитусе и менталитете русской культуры и поддерживаемых с помощью традиций, и неотипов, в рамках коллективного бессознательного;

10. Неотипы и неотипические основания превратились в важный инструмент управления людьми и массовой культурой, что привело к начавшемуся процессу гибридизации современной экономики и современной массовой культуры.

ГЛАВА 2

МЕСТО И ФУНКЦИИ КОЛЛЕКТИВНОГО БЕССОЗНАТЕЛЬНОГО В ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЕ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО СОЦИУМА

2.1 Методология исследования информационной культуры современного российского общества

Концептуализация информационной культуры произошла в конце XX – начале XXI веков в связи с формированием и развитием концепции информационного общества и развитием методологии её исследования. В отечественной науке методология анализа информационной культуры формировалась в областях науки и образования, пытавшихся самоопределиться в новой социальной ситуации – педагогике,¹библиотекведении и пограничных областях библиотечных наук¹,

¹Виноградов В.А., Скворцов Л.В. Информационные потребности и информационная культура // Теория и практика общественно-научной информации. 1990. № 4. С.4 – 5; Буторин В.Я. Информационная культура общества и личности // Перестройка: диалектика обновления общества: Сб. науч. трудов. Новосибирск, 1990. С. 70; Васильев В.Н., Воронов В.В. Развитие информационной культуры и система непрерывного образования // Компьютерная революция и информатизация общества. М., 1990. С. 124 – 237; Горлова И.И. Формирование информационной культуры личности как непрерывный процесс в системе «Школа-училище-вуз» // Информационная культура специалиста: Гуманитарные проблемы: Межвузовской научной конференции Краснодар-Новороссийск, 23 – 25 сент. 1993 г.: Тезисы докладов. Краснодар, 1993. С.388-390 Антонова С.Г. Информационная культура личности: вопросы формирования // Высшее образование в России. 1994. № 11. С. 82 – 88; Горохов Ю.П., Жевнов И.И., Иванников А.Д., Татарников Ю.А. О главных направлениях и задачах информатизации высшей школы // Высшее образование в России. 1994. № 1, С. 20 – 29; Антонова С.Г. Информационное мировоззрение (к вопросу об определении сущности понятия) // Проблемы информационной культуры: Сб. статей. Вып. 3. М., 1996. С.25 – 32; Михаэлис С.И. Становление и развитие информационной культуры личности // Информационные технологии в гуманитарном образовании: материалы сборника международной научно-практической конференции. Пятигорск, 2008 С.90 – 97. Гендина Н.И. Можно ли измерить информационную грамотность (культуру) // Образование в документах. 2009. С. 58 – 62; Колин К.К. Инновационное развитие в информационном обществе и качество образования. // Открытое образование. 2009. № 3 (74). С. 63 – 72; Елистратова Н.Н. Информационная культура как критерий информатизации высшего образования в современных условиях реформирования // Современные научные исследования и инновации. 2012. № 7 // URL: <http://web.snauka.ru/issues/2012/07/1577>; Гушин А.В., Филатова О.Н. Информационно-коммуникативная культура педагога как ведущий аспект перехода педагогического образования в новое качественное состояние // Фундаментальные исследования. 2014. № 8-2. С. 454 – 45 // URL: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=34578>; Закутняя Т.В. Информационная культура личности как необходимый компонент открытого образования // Человек и общество., 2015. №1 (42) // URL:

социологии² и информатике³.

На волне энтузиазма, связанного с переменами в российском обществе на рубеже 1980-х – 1990-х гг. на базе Московской городской справочно-информационной конторы (Мосгорсправка) в 1990 г. в статусе малого предприятия была зарегистрирована Академия информатизации СССР, реорганизованная в 1992 г. Международную академию информатизации как общественное объединение учёных, занимающееся проблемами информатизации и вовлекшее первоначально в свою деятельность и значительную часть отечественных исследователей и учёных из бывших союзных республик, проводившая научно-практические конференции,

<https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnaya-kultura-lichnosti-kak-neobhodimyy-komponent-otkrytogo-obrazovaniya>.

¹; Зубов Ю. С. Информатизация и информационная культура // Проблемы информационной культуры: Сборник статей / Под ред. Ю.С. Зубова и И.М. Андреевой. М., 1994. С. 43 – 51; Минкина В. Информационная культура и способность к рефлексии // Высшее образование в России. 1995. № 4. С. 27 – 36; Зиновьева Н.Б. Информационная культура личности / Под ред. И.И. Горловой. Краснодар, 1996; Зубов Ю.С., Петров В.М. Интеграция духовного мира личности и общества как задача информационного мировоззрения // Проблемы информационной культуры: Сборник статей. Вып. 3 М., 1996. С. 13 – 24; Минкина В.А., Брежнева В.В. Формирование информационной культуры личности: роль библиографа. // Мир библиографии. 1998. № 4. С. 21 – 23; Минкина В. А. Информационная культура специалиста и проблемы её формирования // Современное библиотечно-информационное образование : Учебные тетради. СПб., 1999. Вып. 3. С. 121 – 136; Семеновкер Б.А. Моделирование как метод изучения информационной культуры (на примере государственной библиографии) // Проблемы информационной культуры: Сборник статей. Вып. 6 Методология и организация информационно-культурологических исследований / Науч. ред.: Ю.С. Зубов, В.А. Фокеев. М.; Магнитогорск, 1997. С. 110 – 115; Гендина Н.И., Колкова Н.И., Скипор И.Л., Стародубова Г. А. Формирование информационной культуры личности в библиотеках и образовательных учреждениях: учебно-методическое пособие. М., 2002.

²Медведева Е.А. Основы информационной культуры // Медведева Е.А. Основы информационной культуры // Социологические исследования. 1994. №11. С. 59 – 67; Воробьёв. Г.Г. Твоя информационная культура . М., 1988; Образование и информационная культура. Социологические аспекты. Труды по социологии образования. Под ред. В.С. Собкина. Т. V. Вып. VII. М., 2000; Матвиенко Д.В. Информационная культурология и информационная антропология как новые научные направления // Культурная жизнь Юга России. 2008. № 3. С. 6 – 8; Грунт Е.В. Социологический анализ информационной культуры личности в современных условиях // Известия Уральского государственного университета. 2010. № 1 (73). С. 117 – 125; Квитко А. Ю. Информационная культура личности // Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. 2010. № 2 (73) // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnaya-kultura-lichnosti>; Киричек П.Н. Информационная культура общества. М., 2010; Задорин И., Мальцева Д. Исследование информационной культуры и профессиональной коммуникации в социологическом сообществе // Телескоп. 2013. № 3 (99). С. 41 – 52; Грязнова Е.В. Информационная культурология как научное направление: философско-методологический анализ // Философия и культура. 2016. № 3. С. 452 – 458; Афанасьев С.В. Информационная культура: типологический анализ // Философская мысль. 2018. № 1. С. 59 – 70 // URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=21885 (дата обращения: 08.08.2019).

³Агешин Ю.А. Информационная культура // НТИ. Серия 1. Организация и методика информационной работы. 1998. № 3. С. 10 – 12; Семенюк Э. П. Информационная культура общества и прогресс информатики // НТИ. Серия. 1. 1994. № 1. С. 2 – 7; Скворцов Л. В. Информационная культура и цельное знание: Избранные труды. М., 2001.; Евсеев А.О. Информационная грамотность и компетентность как составляющие информационной культуры в современном образовании // Информатизация образования. 2013. № 2 (71). С. 77 – 85; Васильева Ю.С. Компьютерная грамотность и информационная этика как основа формирования общей информационной культуры // Гуманитарные научные исследования. 2017. № 4 (68). С.150 – 153; Чекин И.А. Информационная грамотность взрослого обучаемого как часть информационной культуры общества // Перспективы науки. 2017. №12 (99). С. 111 – 116.

издававшая научные работы. Впоследствии она утратила свою роль в исследовании научных проблем.

Термин «информационная культура» был введён в научный оборот Г.Г. Воробьёвым в монографии, вышедшей в свет в 1971 г., в которой он определил информационную культуру как владение навыками и умениями целенаправленной работы с информацией на основе информационных технологий получения, передачи, обработки и анализа информации.¹

Видный представитель библиотеко- и библиографоведения Ю.С. Зубов под информационной культурой подразумевал «систематизированную совокупность знаний, умений и навыков, обеспечивающую оптимальное осуществление информационной деятельности, направленной на удовлетворение как профессиональных, так и непрофессиональных потребностей».² С культурологических позиций к определению информационной культуры подошла И.Г. Хангельдиева, предложившая следующую дефиницию: «Информационная культура – качественная характеристика жизнедеятельности человека в области получения, передачи, хранения и использования информации, где приоритетными являются общечеловеческие духовные ценности».³ Как явствует из приведённых определений, определение Ю.С. Зубова было универсальным с точки зрения методологии и позволяла исследовать как роль информационной культуры в обществе, так и её функции применительно к различным видам деятельности. Определение И.Г. Хангельдиевой, в соответствии с духом эпохи, апеллировало к общечеловеческим ценностям, а в целом носило рамочный характер, что было оправдано на начальном этапе разработки проблем в этой области.

Рамочный характер определения информационной культуры носили дефиниции А.А. Гречихина, Б.А. Семновкера, Е.А.Медведевой и М.Г. Вохрышевой. А.А. Гречихин сделал акцент на аксиологических аспектах

¹ Воробьёв Г.Г. Информационная культура управленческого труда. М., 1971. С. 45.

² Зубов Ю.С. Информатизация и информационная культура... С. 44.

³ Хангельдиева И.Г. О понятии «информационная культура»...С. 2.

информационной культуры («Информационная культура – информационная деятельность аксиологического характера, т.е. обусловленная ценностями культуры»¹). Самыми общими словами охарактеризовал информационную культуру Б.А.Семеновкер: «Информационная культура – совокупность информационных возможностей, которые доступны специалисту в любой сфере деятельности в момент развития цивилизации».² Е.А. Медведева также избежала в своём определении конкретики: «Информационная культура – уровень знаний, позволяющий человеку свободно ориентироваться в информационном пространстве, участвовать в его формировании и способствовать информационному взаимодействию».³ М.Г. Вохрышева лишь определила место информационной культуры в социокультурной сфере современного общества, что соответствовало началу исследований информационной культуры в социологической науке: «Информационная культура – область культуры, связанная с функционированием информации в обществе и формированием информационных качеств личности».⁴

Наиболее интересным и полным представляется определение, предложенное Э.Л. Семенюком: «Информационная культура – степень совершенства человека, общества или определённой его части во всех возможных видах работы с информацией: её получении, накоплении, кодировании и переработке любого рода, в создании на этой основе качественно новой информации, её передаче, практическом использовании».⁵ В рамках философской парадигмы Т.Н. Соснина и П.Н. Гончуков предложили своё определение информационной культуры: «Информационная культура характеризует уровни развития конкретных обществ, народностей, наций, а также специфических сфер деятельности (например, культура труда, быт, художественная культура). Информационная

¹ Гречихин А.А. Информационная культура... С. 15.

² Семеновкер Б.А. Информационная культура: от папируса до компактных оптических дисков... С. 12.

³ Медведева Е.А. Основы информационной культуры... С. 59.

⁴ Вохрышева М.Г. Формирование науки об информационной культуре... С. 57.

⁵ Семенюк Э.Л. Информационная культура общества и прогресс информатики... С. 3.

культура неразрывно связана со второй (социальной) природой человека. Она является продуктом его творческих способностей, выступает содержательной стороной субъект-субъектных и объект-объектных отношений, зарегистрированных при помощи различных материальных носителей».¹

В недавней работе С.В. Афанасьев, рассматривая типологизацию информационной культуры, приходит к выводу, что в различных методологических подходах информационная культура рассматривается как «информационная культура социальных субъектов, информационная культура как элемент определённого вида культуры и информационная культура как уровень развития цивилизации. Во всех подходах культура рассматривается как информационный феномен, а информационная культура делится на виды по трём основным признакам: социальный субъект, информационные технологии, различные социальные и антропомические качества человека».² Д. Белл в своих исследованиях предполагал существенные изменения в жизненных укладах формирующегося информационного общества.³

Примечательно, что не сбылись надежды и предсказания футурологов второй половины XX века о замене иерархической системы социокультурной организации общества, основанной на доминировании исторически сложившихся центров силы, на сетевые системы, в которых этот центр если не будет отсутствовать, то будет не столь выражен как в иерархических социокультурных системах. Эти надежды были выражены в работах Э.Тоффлера, Т. Нейсбита, М. Кастельса, которые анализировали сетевые информационно-коммуникативные взаимодействия на стадии их генезиса, когда иерархические взаимоотношения в сетях ещё не сложились.⁴ М.Кастельс обращал внимание на значение информационной культуры в

¹ Словарь трактовок понятия "Информация" (обучающего типа) / Соснина Т. Н., Гончуков П. Н. Самара, 1997. С. 48.

² Афанасьев С.В. Информационная культура: типологический анализ ...

³ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество...

⁴ Тоффлер Э. Третья волна. М., 2010; Naisbitt T. The new directions transforming our lives. New York, 1988.; Кастельс М. Власть коммуникации. М., 2016.

развитии социокультурной сферы: в области интересов, ценностей, институтов и «систем представлений, которые, в общем, ограничивают коллективную креативность, конфискуют плоды информационной технологии».¹

Исследователи традиционно выделяют «информационную культуру личности, отдельных групп сообщества и общества в целом».² По мнению С.В. Афанасьева, «понятие информационной культуры следует определить в рамках двух основных концепций: функциональной и атрибутивной (по аналогии с концепцией информации). Функциональная концепция будет охватывать совокупность форм бытия информационной культуры, которые и определяют её функционал (предметы, объекты, отношения, институты, деятельности и др.). Атрибутивная концепция будет определять свойства и качества различных типов, видов, форм информационной культуры: информационная культура личности, общества, сетевого сообщества, экранная культура и т.д.».³ Он полагает, что в рамках информационной культуры на основе структуры социального субъекта можно выделить, во-первых, информационную культуру мышления, языка, общения, деятельности и т. д; во-вторых, информационную культуру социальных ролей и статусов, корпоративного взаимодействия и т. д.; в-третьих, информационную культуру сфер общественной жизни.⁴

Н.Н. Елистратова попыталась представить информационную культуру как сложносоставную систему, включающую такие разделы, как: коммуникативную культуру (культуры общения); лексическую культуру (языковую культуру, культуры письменности); книжную культуру; интеллектуальную культуру (культуры научных разработок и когнитивной

¹Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура М., 2000. С. 605.

²Леончиков В.Е. Информационная культура личности: поиски методологии // Информационное общество: культурологические проблемы: Материалы международной научной конференции. Краснодар – Новороссийск 17 – 19 сентября 1997 г.: Тезисы докладов. Краснодар, 1997. С. 91 – 93; Афанасьев С.В. Информационная культура: типологический анализ // Философская мысль. 2018. № 1. С. 59 – 70 // URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=21885.

³ Афанасьев С.В. Информационная культура: типологический анализ...

⁴ Там же.

деятельности); информационно-технологическую культуру (культуру использования современных информационных технологий); информационно-правовую культуру; мировоззренческую и нравственную культуру.¹ В этой классификации представляется важным отсутствие институционально-информационной, медийной² и визуальной культур, но в связи с распространением различных форматов тиражирования книжных произведений появляется проблема выделения книжной культуры.

Информационной культуре общества посвящены монографии социолога П.Н.Кричека, в которых упор сделан на медиакультуру как часть информационной культуры.³ П.Н. Кричек определяет медийную информационную культуру на социетальном уровне как «качественное состояние системы производства, распространения, потребления социальной информации в обществе, отвечающей целям его самосохранения и развития» и на индивидуальном уровне как «свод умений и навыков человека оценивать, потреблять, усваивать, передавать воспринимаемую по межличностному, групповому и массовому коммуникативным каналам социальную информацию».⁴

Н.Д. Берман выделил несколько аспектов связи информационной культуры с социальными процессами и явлениями. Во-первых, потребность людей в информации, которую он связал с социализацией человека и его адаптацией в социальной среде.⁵ Обратим внимание, что потребность в информации существует не только у людей как индивидов, что связано с информационной культурой личности, но и у функционеров социальных институтов, ведь любой социальный институт, будь он малым предприятием,

¹ Елистратова Н.Н. Информационная культура как критерий информатизации высшего образования в современных условиях реформирования // Современные научные исследования и инновации. 2012. № 7 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2012/07/15770>

²Кириллова Н.Б. Медиакультура: теория, история, практика. М., 2008 ; Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : [учеб. пособие] . Екатеринбург , 2014.

³Киричек П.Н. Информационная культура общества. М., 2010; Киричек П.Н. Информация в универсуме культуры: Монография. Саратов: Научная книга, 2014, а также статьи втора по данной проблематике.

⁴Киричек П.Н. Массовая информация в пространстве культуры // Вопросы теории и практики журналистики. 2014. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-informatsiya-v-prostranstve-kultury> .

⁵ Берман Н.Д. Информационная культура как основа профессиональной деятельности // Современные исследования социальных проблем. 2017. Т. 8. № 6-2. С. 356.

предприятием сферы культурных индустрий, органом муниципального или государственного управления, некоммерческой общественной организацией или политической партией обладает потребностью в получении, анализе информации, производстве новой информации, её передаче или тиражировании. С другой стороны, социальная группа, вне зависимости от её характера, может продуктивно существовать только в рамках информационно-коммуникативного поля. Во-вторых, Н.Д. Берман акцентирует особенности атрибутивных свойств информации, потому что информация связана с языком и материальными носителями и играет важную роль в контексте культуры.¹ В этой связи следует обратить внимание и на важную роль мышления в способах выбора канала получения информации, в механизмах её декодирования, обработки и осмысления и последующего использования. Каналы передачи информации представляются не менее важными, чем материальные носители – например, устные вербальные и невербальные каналы передачи информации. В-третьих, Н.Д. Берман отмечает роль социальных институтов (семьи, образовательных учреждений, СМИ) в воспитании личности и её образовании, в развитии информационной культуры.² Представляется, что следовало бы дополнить этот аспект ролью социально-экономических и социально-политических институтов в социальных практиках, принятых в различных социальных сегментах общества. В-четвёртых, Н.Д. Берман выделяет уровень владения компьютерными технологиями для использования их в учебной или профессиональной деятельности.³ Здесь сказывается давление научных авторитетов рубежа XX – XXI веков, хотя современные каналы коммуникации не ограничиваются компьютерными технологиями, например, в современном информационном поле существуют публичные выступления, межличностное общение, визуальные коммуникации в театре и т.п.

¹ Там же.

² Там же.

³ Там же.

Представляется важным выделение функций информационной культуры в современном обществе на основании опыта анализа функций информационной культуры личности, информационной культуры в системе экономической культуры, медийной культуры в современном обществе и т.п.¹

Как отмечают исследователи, рассматривавшие функции информационной культуры в современном обществе, можно выделить следующие функции: гносеологическую, адаптационную, интегрирующую, регулятивную и коммуникативную.² Н.Д. Берман, рассматривая структурные элементы информационной культуры, по существу обозначил и их функции в обществе, правда, в применении к компьютерным информационным технологиям. Он выделил аксиологическую функцию информационной культуры, (под которой он понимает связь информационной культуры с санкционированными в обществе нормативными ценностными основаниями), содержательную (под которой он понимает удовлетворение познавательных, общекультурных и профессиональных потребностей людей), нормативно-правовую (под которой он понимает правовое регулирование использования компьютерных технологий) и

¹ Зиновьева Н. Б., Дулатова А. Н. Информационная культура личности. М., 2007; Прокудин Д.Е. Пределы информационной культуры // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2009. Т. 1. № 3. С. 63 – 70; Задонская И.А. Информационная культура личности как основа формирования информационного общества // Социально-экономические явления и процессы. 2015. Т. 10. № 2. С. 98 – 104; Беляев Р.В., Григорьева Е.И. Информационная культура личности: ведущие методологические подходы // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2016. № 2 (70). С. 90 – 96; Грудистова Е.В. Информационная культура в системе организационной культуры // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2018. Т. 1. С.155 – 160; Ерыкалов А.Б. Функции коммуникативной культуры в мультимедийном обществе // Власть и управление на Востоке России. 2008. № 3 (44). С. 122 – 127; Коркия Э.Д. Медиареальность России как социокультурная система // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. 2012. № 2. С. 87 – 96; Хамукова Б.Х. Медиакultura как феномен информационного общества // Кросс-культурное пространство литературной и массовой коммуникации материалы международной научной конференции. Майкоп: Адыгейский государственный университет. 2016. С. 311 – 314; Чикурова А.С. Вопросы функционирования медиакultura как особого типа культуры информационной эпохи // Цифровая культура открытых городов. Материалы Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых учёных. Екатеринбург: МБОУ ВО «Екатеринбургская академия современного искусства» (институт) (Екатеринбург), 2018. С. 555 – 559;

² Задонская А.И. Указ. соч. С. 101; Берман Н.Д. Указ. соч. С. 357.

прогностическую (под которой он подразумевает оценку перспектив использования компьютерных технологий).¹

В современных условиях большого внимания требуют такие функции информационной культуры, как: воспроизводство культуры, формирование и поддержание идеологии и идентичности, кросс-культурные взаимодействия, обыденное образование, генерирование и развитие виртуальной реальности, поддержание стиля жизни, процессы управления различного уровня в социально-политической и социально-экономической сферах.

Воспроизводство культуры в определённых исторически сложившихся формах и адаптация этих форм к новым инновационным по отношению к прошлому социокультурных практиках обусловлены, как представляется, эволюцией информационной культуры. Исторически сложившиеся, отрефлексированные массовым сознанием и укорененные в социокультурной действительности повторяющиеся модели социокультурных практик и реакций на них создают цепочки коммуникативных ситуаций, определяющих и направляющих социокультурные практики акторов социальных систем.²

Как отмечала М. Арчер, любая деятельность в социокультурной сфере находится в социокультурном поле уже сложившейся матрицы культуры, направляющей последующее её развитие. А сама культурная матрица реализуется именно в рамках информационной культуры, определяемые вектором и уровнем развития культуры и ретранслирующей сложившиеся в процессе исторического развития культурные смыслы.³ Эти социокультурные практики порождают инерционность культуры, обеспечивая стабильность и преемственность социокультурного развития, воспроизводство сложившихся культурных форм. В современных условиях образования трансграничных социокоммуникативных пространств, когда кросс-культурные взаимодействия преодолели барьеры в виде языковых различий и государственных границ, информационная культура сетевых

¹ Берман Н.Д. Указ. соч. С. 357.

² Витгенштейн Л. Избранные работы. Пер. с нем. и англ. М., 2005. С. 231 – 298.

³ Archer M. Culture and Agency. The Place of Culture in Social Theory. Cambridge, 1988.

взаимодействий явилась мощным средством адаптации различных социокультурных практик и явлений к исторически сложившимся на определённых локализованных пространствах, попутно снизив значение этнокультурных и социальных дифференцирующих барьеров.¹ Причём, как справедливо указывал Т. Парсонс, нормативные компоненты культурных систем являются рамочным основанием конструктивных элементов социетальных систем.²

Напомним, что Ж. Бодрийяр в качестве важнейших функций информационной культуры в обществе рассматривал интегрирующую и дифференцирующую функции.³ Интегрирующая функция информационной культуры акторов социальной системы основана на коммуникативных взаимодействиях, которые реализуются в общесистемном нормативно-ценностном пространстве: культурный код, который несёт в себе культурное наследие, передаёт «из поколения в поколение незыблемые базисные ценности нашего народа».⁴ Культурный код продуцирует коннективные структуры, обеспечивающие поддержание коммуникативной связи дифференцированных сообществ, образующих общество как системную целостность на основе общих аксиологических установок, сложившихся в процессе исторического развития, и связь времён в триаде историческое прошлое – актуальное настоящее – предвидимое будущее.⁵ Информационная культура общества призвана способствовать поддержанию нормативно-ценностных ориентаций общества, сплочённости граждан на основе чувства укоренённости в национальной культуре в широком смысле этого слова, сопричастности к историческим судьбам своей страны, преемственности исторического развития.

¹Гидденс Э. Устроение общества. Очерк теории структуризации. М., 2005. С. 201.

²Парсонс Т. Система современных обществ. М.: 1998. С. 17.

³Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального. Екатеринбург, 2000.

⁴Владимир Путин встретился в Свято-Даниловом монастыре с представителями религиозных конфессий России 8 февраля 2012 г.: Стенограмма // URL: <http://putin2012.ru/events/216>.

⁵Ассман Я. Культурная память: Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности. М., 2004. С. 136.

Наряду с этим происходит расширение сферы охвата информационной культуры, её интернационализация, потому что в основе информационных технологий лежат унифицированные по возможностям и стандартизированные по инструментарию операционные системы, использующие типовые информационные технологии, коренным образом меняющие коммуникативную культуру как социальных институтов, так и взаимодействующих с ними и между собой акторов социокультурных процессов, внедряя в обыденные социокультурные практики алгоритмы коммуникативной и когнитивной деятельности, обусловленные программным обеспечением коммуникативных устройств, изменяя модели коммуникативного поведения и сетевых взаимодействий.¹

Дифференцирующая функция связана с асимметрией распределения информации: «преднамеренным исключением одними субъектами доступа к информации со стороны других, введением специальных барьеров, не допускающих распространения этой информации»² Д. Белл прогнозировал значение информационной культуры в дифференциации общества в условиях деградации «общей системы ценностей» в процессе развития информационного общества.³

Гносеологическая функция информационной культуры связана с системой образования и науки. Обычно в работах отечественных учёных приоритет в анализе данного вопроса отдаётся институциональным образовательным и научным учреждениям, деятельность которых по исследованию окружающего мира и передача полученных о нем знаний носит аналитический характер. В то время как в зарубежной психолого-культурологической науке большое значение придаётся изучению

¹Иойлева Г.В. Сознание в сфере информатизации общества // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2014. №4 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/soznanie-v-sfere-informatizatsii-obschestva>; Смолян Г.Л. Сетевые информационные технологии и проблемы безопасности личности // Информационное общество.1999.№1. С. 21-25.

² Степанова Т.Е. Экономика знаний: методологический аспект. Саратов, 2004. С. 120.

³ Bell, D. The coming of Post-industrial Society. A Venture in Social Forecasting. New York, 1973. P. 12.

традиционных форм народного образования и познания окружающего мира.¹ В обыденной повседневной жизни человек действует эмпирически, будучи не в состоянии аналитически оценить причину, закономерности и последствия своих действий.² Как отметил Г.-Г. Гадамер, «здравый рассудок, здравый смысл, прежде всего проявляется в суждениях о правильном и неправильном, годном и негодном, которые он выносит. Обладатель здравого суждения не просто способен определять особенное с точки зрения общего, но знает, к чему оно действительно относится, то есть видит вещи с правильной, справедливой, здоровой точки зрения».³ В процессе обыденного познания и самообразования с использованием информационных ресурсов формируется интеллектуальный капитал человека, под которым Т. Стюарт предложил понимать совокупность различных знаний, опыт и формируемую им интуицию и информацию, которые не мыслимы вне информационной культуры человека и общества.⁴

Стремительная эволюция цифровой информационной культуры под влиянием как развития технологий и программного обеспечения, так и расширения сознания современного человека привели к проявлению качественно новых тенденций – развитию самоорганизации сетевых социально-коммуникативных групп, развитию вариативности информационно-коммуникативных практик и известной персонификации информационно-коммуникативной активности.⁵ Современная информационная культура представляет собой «реальность, включающую технологии, коммуникативные связи, способы общения, изменение

¹Lave J. Cognition in practice: Mind, mathematics, and culture in everyday life. New York, 1988; Carraher D.W. Mathematics in and out of school: A selective review of studies from Brasil //Harris M. (Ed.) School, mathematics and works. London, 1991. P.169-201; Nunes T., Schliemann A.D., Carraher D.W. Street mathematics and school mathematics. New York, 1993идр.

²Fuglesang A. The myth of people's ignorance // Developmental Dialogue.1984. № 1-2. P. 42; Bandura A. Self-efficacy: The exercise of control. New York, 1997.

³Гадамер Г.-Г. Истина и метод. Основы философской герменевтики. М.,1988. С. 39.

⁴Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций. М., 2007; Новгородов П.А. Интеллектуальный капитал: понятие, сущность, структура // Вестник Удмуртского университета.2017.Т.27. Вып.2. С.38-49.

⁵Гусельцева М.С. Трансформация идентичности в информационной культуре // Цифровое общество в культурно-исторической парадигме. Под редакцией Т.Д. Марцинковской, В.Р. Орестовой, О.В. Гавриченко. М., 2019. С. 38.

социальных норм и особенностей переработки информации»¹. Эти процессы, связанные с трансформацией информационной культуры, способствуют хаотизации как особой формы упорядоченности в сфере идентичности (или «спонтанному порядку»)².

Идентичность личности и идентичность сообщества являются результатом социокультурного самоопределения в рамках определённой нормативно-ценностной матрицы, разделяемой сообществом или группой людей, и входящими в неё людьми.³ Вместе с тем, идентичность является формой бытия социальной информации.⁴

По обоснованному мнению Д. Мур и Б. Киммерлинга, в поле идентичности происходит разграничение по социетальным границам установления гетерогенности гомогенных социокультурных сообществ и обладающих реальными или воображаемыми чертами сходства и общности социокультурных представлений о должном и запретном, допустимой вариативности социальных ролей и терминальных и инструментальных ценностях, позволяющих формировать те или иные социально одобряемые в рамках данной идентичности модели социокультурных практик.⁵

Развитие информационной культуры, возрастание роли коммуникативных взаимодействий в жизни современного человека приводят к новому явлению «плавающей или динамичной» идентичности, когда человек идентифицирует себя в обыденной жизни как, например, жителя какого-либо региона страны проживания, а в сетевой реальности Интернет – с каким-либо сетевым субкультурным сообществом.⁶ В рамках современной информационной культуры сформировался новый тип идентичности –

¹ Там же. С. 39.

² Хайек Ф.А. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма. М.:1992. С.138 – 140.

³ Woodward K. (ed.) *Questioning Identity*. London, 2000; Berger P. L., Luckmann T. *The Social Construction of Reality // Contemporary sociological theory* Eds. C. Calhoun et al. Oxford, 2002. P. 42 – 50.

⁴ Тхагопсове Х.Г. Идентичность в когнитивно-эпистемической системе культурологии // *Знание. Понимание. Умение*. 2011. №2. С. 62 – 67.

⁵ Moore D., Kimmerling B. *Individual Strategies of Adopting Collective Identities: The Israel Case // International Sociology*. 1995. № 10. P.387.

⁶ Летов Е.В. Сетевая идентичность в культуре современного сетевого сообщества // *Вестник МГУКИ* ♦ 2013 № 4 (54) июль–август. С.62- 65; Микерина Т.В. Информационная культура и кризис социокультурной идентичности в условиях глобализации (социально-философский анализ): автореф. дис. ... канд. философ. наук. 09.00.11. СПб., 2010. – 24 с.; Appadurai A. *Modernity at Large*. Minneapolis, 1996.

ситуативных кластер-сообществ, формирующихся вокруг общих мейнстримовых проблем.¹ Кластерная идентичность привела к тому, что «Репрезентация культурной идентичности в виртуальном пространстве отражает скорее не то, кем человек является, но то, кем он хочет быть, каким он хочет предстать перед конституирующим взором Другого».²

Нормативно-ценностная матрица культуры усваивается каждым человеком в процессе социализации в семье и в социальной группе, к которой принадлежит его семья, включённая в традиционные социальные сети кровно-родственных и соседских взаимосвязей. Она реализуется в сформированной системе фреймов предпочтительного и одобряемого социумом поведения и социокультурных практик, нацеленных на достижение императивных ценностей, сформированных и укоренившихся в данной культуре.³

В обыденном сознании постоянно происходит диалектическое взаимодействие консервативных, общепринятых и санкционированных социальным окружением человека ценностных моделей, и инновационных, что само по себе и генерирует поступательное развитие. В условиях глобальной информатизации (количество участников социальных сетей в современном российском обществе ежегодно возрастает на 15%) и интенсификации кросс-культурных взаимодействий возникает социокультурный диссонанс инновационного и традиционного, что приводит как к адаптации традиционных ценностей к новым социокультурным практикам, так и к внедрению новых ценностей, порождённых социокультурной инноватикой, или к возрождению архаизированных социокультурных практик, подкрепляемых ритуальными формами воздействия на массовое сознание.⁴

¹Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция. М., 2006.

² Сурова Е.С., Васильева М.А. Влияние Интернет среды на репрезентационные и идентификационные стратегии // Международный научно-исследовательский журнал. № 03 (57). Ч. 1. Март. С.98.

³Rokeach M.O. The Nature of Human Values. New York, 1973. P. 5.

⁴Хачатурян В.М. Архаизация и модернизация в современной России: к проблеме модернизационного потенциала архаики // Исторические повороты культуры. Сборник научных статей (к 70-летию профессора

Значимым детерминантом современного социокультурного развития и «дрейфа» идентичностей является повсеместное распространение и внедрение в обыденные социокультурные практики английского языка в качестве глобального языка межкультурного общения. Речесмысловая деятельность, организация информации, ее осмысление и переработка детерминированы влиянием языковых норм и, соответственно, социокультурным контекстом словоупотребления. Как справедливо подчеркивают А.А.Мельникова и В.А.Куц, «Исторически сложившиеся стереотипы поведения в конкретной культуре определяются её историко-культурной традицией. На основе системного анализа морфологии и синтаксиса русского языка конкретизированы некоторые системные (глубинные) основания русской культуры, которые транслируются через идеи соединённости, связанности всего со всем; подстраивания, согласования; значимости внутреннего (базового); акцентированности тонкостей мировосприятия».¹

Идентичность предполагает не только использование в повседневных социокультурных практиках базового языка социокультурной системы (в современном полиэтническом российском обществе – это, безусловно, русский язык как язык межнационального общения), но и эмоциональное отношение к принятым в обществе и санкционированном в культуре нормативно-ценностным ориентациям. А, как известно, эмоциональное отношение можно рассматривать в качестве процесса мыслительной деятельности человека, который, используя свой персональный социальный опыт и исторически осмысленный социальный опыт сообщества, с которым он себя соотносит, организует восприятие, интерпретацию информации, свои чувства по отношению к её содержанию, формирует своё отношение к ней и

И.В. Кондакова) М., 2018. С.33 – 38; Шамшурин Д.А. Культурная идентичность в цифровую эпоху // Ростовский научный журнал. 2018. № 6. С. 54 – 64.

¹ Мельникова А.А., Куц В.А. Глубинные основания русской культуры как база её иммунитета // Ярославский педагогический вестник. 2013. № 3. Т. 1. С. 220 – 224

организует свою деятельность, ориентированную на перспективу.¹ При этом воспринятая и осмысленная человеком информация может программировать его дальнейшие действия, определяя вектор его мотивации и реализации выбранной модели поведения.²

Важной функцией современной информационной культуры является функция регулирующего социокоммуникативного воздействия управляющей подсистемы социальной системы на управляемую подсистему и обеспечения обратной связи с гражданами в целях корректировки принимаемых управленческих решений.³ Как отмечает Ф.И. Шарков, «информационная культура является важным фактором регулирования социальной системы «личность – общество» в условиях деградации традиционных матриц социального контроля.⁴ О.Н. Астафьева в этой связи сформулировала весьма важный для современного социального управления вопрос о способности современной информационной культуры управления поддерживать гетерогенность социокультурных систем.⁵ Информационное воздействие на массовое сознание, формирование предпочтительных для управляющей подсистемы ориентаций превратилось в условиях тотальной информатизации в важнейший инструмент социального регулирования и управления.⁶

Информационная культура является важным детерминантом современной политической сферы: политического управления, рынка политических услуг, каналов массовой политической коммуникации. Она обуславливает информационно-коммуникативные репрезентации институтов и акторов политического управления, партийных программ и деятельности

¹ Allport D.A. Attitudes // Murchison C.A. (Eds.). A Hand book of social Psychology. Worchester, 1935. P.798.

² Бочкарёв А.Ю. Механизмы манипулирования общественным сознанием в информационном противоборстве // Информационные войны. 2012. № 2. С. 2 – 5.

³ Фомина В.П., Алексеева С.Г. Иерархия целей государственного управления // Микроэкономика.2014. № 1. С.7. – С.4 – 7.

⁴ Шарков Ф.И. Информационно-коммуникационная парадигма развития российской государственности // Коммуникология. 2014.Т.3.№ 1. С.117.

⁵ Астафьева О. Н. Многообразие моделей этнокультурной идентичности в современном информационно-коммуникативном пространстве // Глобализация и перспективы современной цивилизации / отв. ред. К. Х. Делакаров. М., 2005. С. 106

⁶ Федорова О.Н. Информационно-психологическая безопасность личности в информационном обществе // Вестник Дальневосточного государственного технического университета.2009.№ 2 (7). С. 21 – 34.

партийных организаций парламентских и непарламентских партий, средств массовой коммуникации, ориентированных на сферу политики.

При концептуальном разнообразии современных подходов к политической культуре представляется наиболее сбалансированным определение политической культуры, предложенное Н.В. Карповой, которая под политической культурой предлагает понимать «систему исторически сложившихся, относительно устойчивых политических ориентаций (представлений, убеждений, чувств, оценок) относительно политической системы, моделей поведения индивидов и групп, а также моделей функционирования институциональных структур политической системы, проявляющихся в непосредственной деятельности субъектов политического процесса».¹ Как представляется, информационная культура является важнейшим детерминантом формирования и развития типологических моделей политических ориентаций, основанных на выработанных отношениях к историческому прошлому, настоящему и будущему политической сферы жизни общества, обеспечении деятельности акторов политических процессов, обладающих различным объемом политической информации и информационных ресурсов, способствующих выработке того или иного отношения к фактам политической жизни и политическим процессам в силу асимметрии распределения информации политического характера, затрагивающей деятельность политических элит.²

В информатизации политики, усилении её открытости способствуют политические коммуникации в Интернет. Интернет превращается в важный субъект политических процессов.³ Развитие блогосферы как формы интернет-журналистики, дискуссии в социальных сетях, сайты политических

¹ Карпова Н.В. Политическая культура как структурный элемент механизма функционирования политических систем // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2016. №1. С.188.

² Горшков М.К. Российское общество в условиях трансформации: мифы и реальность (социологический анализ). 1992–2002 гг. М., 2003.

³ Новиков А.И. Политическая коммуникация в интернете: новое культурное пространство и трансформация практик // Коммуникология. 2018. №2. С.76 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-kommunikatsiya-v-internete-novoe-kulturnoe-prostranstvo-i-transformatsiya-praktik>.

партий и средств массовой информации, предлагающие их электронные версии, интернет-реклама, интернет-теле- и радиоканалы и т.п. Всё это создаёт качественно новое открытое информационно-коммуникативное дискуссионное пространство в сфере политики, трансформирует политические практики. Значимым явлением стала виртуализация политики с применением современных информационных технологий, когда политика становится местом репрезентации образов политики и политики образов.¹

В результате происходит мифологизация политических процессов и образов политических лидеров. Политика становится мозаичной и обращённой с различными посланиями к различным целевым аудиториям. Современная политическая культура включает архетипические образцы поведения, ритуалы и символы, восходящие к исторически сложившимся в российском обществе в процессе исторического развития.²

Символическая сфера политической культуры представляется важнейшим полем формирования идеологии современного социального государства в России, место и роли институтов государственного и политического управления в массовом общественном политическом сознании, позиционирования политических институтов и политических деятелей на конкурентном рынке политических услуг.

Если рассматривать экономическую культуру как системную иерархически организованную совокупность ценностей, норм, стереотипов и элементов хозяйственного быта, формирующих предпочтения людей и воздействующих на неформальные правила игры, то информационная культура оказывается одним из важнейших её базисных элементов.³

При этом экономическая культура является социокоммуникативным медиатором между традиционными ценностями и нормативно-ценностными

¹Иванов Д.В. Общество как виртуальная реальность. М., 2004. С. 405.

²Шестопап Е.Б. Психологический профиль российской политики 1990-х: Теоретические и прикладные проблемы политической психологии. М., 2000; Щербинина Н.Г. Архаика в российской политической культуре // Полис. Политические исследования. 1997. № 5. С.127 – 139.

³Розмаинский И.В. Экономическая культура как фактор и барьер экономического роста // JournalofInsitutionalStudies (Журнал институциональных исследований). Том 4, №4. 2012. С. 23.

корпоративными ориентациями и неформальными социальными институтами.¹ Современные исследователи выделяют следующие функции экономической культуры:

- мировоззренческая, в рамках которой формируются и развиваются общие представления об экономической сфере жизни;
- ретрансляция исторически сложившихся в социально-экономической сфере нормативно-ценностных моделей экономических практик;
- селективная: устранение из экономической культуры устаревших нормативно-ценностных регулятивов и моделей экономического поведения;
- инновационная: обновление социальных ценностей, норм, эталонов поведения и заимствование их из других прогрессивных культур;
- гуманистическая: формирование активной жизненной позиции человека в социально-экономической сфере;
- аксиологическая: система санкционированных обществом нормативно-ценностных регулятивов;
- адаптационная: адаптация к социальным изменениям в обществе;
- стабилизационная: формирование общественного консенсуса.²

Информационные ресурсы в рамках информационной культуры активно воздействуют на все эти функции экономической культуры, направляя вектор социального развития социально-экономической сферы.

Значимым системным явлением в современной информационной культуре является медиакультура. Медиакультура, являясь системным элементом современной информационной культуры, выступает в качестве субкультурного уровня информационной культуры, охватывая различные средства массовой коммуникации – от электронных версий периодических изданий, интернет-теле-радиоканалов, блогосферы и живых журналов до

¹Розмаинский И.В. На пути к общей теории нерациональности поведения хозяйствующих субъектов //

Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2003. Т. 1. № 1. 86 – 99.

² Войтов И.В. Экономическая культура и пути ее формирования в России // Вестник московского государственного областного университета. Философские науки. 2009. № 2. С. 54.

публичных информационно-коммуникативных социальных сетей.¹ Её развитие определяется технологическими решениями в медийно-коммуникационной сфере и возможностями разнообразного программного обеспечения. Медиакультура, согласно современным представлениям учёных, реализует следующие функции:

1. Информативную, которая обусловлена накоплением, хранением и тиражированием информации в социальной системе;
2. Коммуникативную, обусловленную интеракционной коммуникативной деятельностью акторов социальной системы;
3. Аксиологическую, обусловленную трансляцией нормативно-ценностных моделей, санкционированных в данном обществе;
4. Рекреационную, обусловленную использованием различных медиасредств и медианосителей в досугово-рекреационной сфере жизнедеятельности людей;
5. Креативную, обусловленную адаптацией к изменяющейся реальности и способствующую распространению инновационных социокультурных практик в обществе;
6. Интегративную, обусловленную объединением людей вокруг общей системы санкционированных обществом терминальных и инструментальных ценностей;
7. Дифференцирующую, обусловленную дифференциацией идентификационных маркеров;
8. Медиативную, обусловленную социальным посредничеством во внутрикультурных и кросс-культурных явлениях и процессах при ориентации на таргетированные целевые аудитории.²

Медиакультура оказывает значимое воздействие на массовое сознание целевых аудиторий, формируя в ряде случаев симулякры реальной

¹ Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М., 2005.

² Ср. Мошкина О.В. Медиакультура как система информационного общества: специфика и сущность // Вестник ЧГАКИ. 2014. №3 (39). С.97 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediakultura-kak-sistema-informatsionnogo-obschestva-spetsifika-i-suschnost>.

действительности, активно участвую в процессах воспроизводства архетипических и неотипических образов, мифологизации подлинных событий и фактов, актуализации исключённой из активного медиаоборота информации, медиатизируя массовое общественное сознание и продуцируя необходимые для социального управления в различных сферах жизни общества фантомы и иллюзии.

Всё сказанное выше позволяет сделать следующие выводы:

1. Информационная культура в современном цифроориентированном мире становится важным фактором развития всех сфер жизни – от социализации человека до его продуктивной деятельности во всех сферах жизни: социально-экономической, социально-политической и социально-культурной;

2. Информационная культура является основанием для воспроизводства социальной системы и её подсистем, формирования аксиологической сферы и различных форм идентичности.

3. Информационная культура выступает в качестве медиатора между социальными традициями, сложившимися в процессе исторического развития общества, и социальными инновациями, способствуя адаптации общества к вновь возникающим социальным практикам и моделям поведения.

4. Медиакультура, выступая в качестве субкультуры информационной культуры общества, активно влияет на массовое общественное сознание, создавая дополнительные возможности по управлению целевыми сообществами людей в управляемой подсистеме системы социального управления;

5. Важнейшим фактором развития медиакультуры стали информационно-коммуникативные каналы и практики глобальной информационной сети «Интернет».

2.2 Роль и функции коллективного бессознательного в информационной культуре современного российского общества

Глобальное и локальное отражают диалектику процессов современного развития, когда текучесть, изменчивость технологий и моделей стилей жизни уравновешивается нормативно-ценностными регулятивами и моделями стилей жизни отдельных сегментов современного общества, в том числе и российского.¹ При этом и в локальном, и в глобальном присутствуют и локальное и глобальное, однако в глобальном доминантой является глобальное, а в локальном – локальное и региональное: «...глобализация фрагментирует... Локальные, точнее, транслокальные общности укрепляют влияние на формирование своих локальных социальных пространств... в соответствующих локальных, т. е. национальных контекстах».²

Ни архаическое, ни современное общество не могут существовать без одной из древнейших форм человеческого познания окружающей действительности – мифологической формы мышления. Мифологическое отражение действительности и мифологический способ её познания возникли как стремление к упрощению сложных социально-культурных явлений и процессов для представления их основных значений в доступной для понимания людей форме, которая может адаптироваться к различным изменениям внешней среды в ходе исторического развития. Сама форма ретрансляции мифа, подкрепляемого особыми ритуальными формами их закрепления в массовом сознании при помощи ритуальных движений и песнопений, способствовала их усвоению и запоминанию.

Мифологический универсум позволял в рамках архаической культуры упорядочивать в массовом сознании членов сообщества интерпретировать прошлое, настоящее и будущее, формировать персональную и групповую

¹Коноплев Н.С., Лазебный В.А., Кардашевский В.В. Феномен духовной локализации социума как способ действенного преодоления односторонностей глобалистики: монография. Иркутск, 2016. С. 27 – 31, 33.

²Бек У. Что такое глобализация? / Пер. с нем. А. Григорьева и В. Седелника; общ. ред. и посл. А. Филиппова. М., 2001. С.94-95.

идентичность. Использование ритуальных магических символов в процессе мифотворчества (от создания до воспроизведения мифологических текстов в различных формах – аудиальных, кинестетических и визуальных). Как справедливо писал К.Г. Юнг, «Понятие архетипа, неизбежно сопрягаемое с идеей коллективного бессознательного, указывает на наличие в психике определённых форм всеобщей распространённости. Мифологическое исследование называет их мотивами; в психологии примитивных народов они соответствуют понятию коллективных представлений... сравнительное изучение религий именовало их категориями воображения».¹

Именно мозаичность и многовариантность локального и регионального создает источник развития многосоставных сообществ, в которых сосуществуют анклавные и сегментные инновационные центры и области превалирования архаического, подкрепленного развитием в рамках преобладания и сохранения традиций как примата целеориентирующей социокультурной деятельности. В этих условиях инновационные технологические решения адаптируются к архаизированным социокультурным формам и используются последними в качестве средства поддержания традиционно-архаических оснований локальных культур.

Это отражается как в формах сохранения, бытования и актуализации традиционно-архаического при помощи современных технологий, так и в активном социальном конструировании неоархаических форм, неоархетипических образов в информационно-коммуникативной среде, что создает основания для воспроизводства и культивирования архетипических образов в повседневной социокультурной жизни. Поэтому представляется уместным ввести в научный оборот новый термин – «неоархетип», под которым предлагается понимать архетипические образы, сохранившие свою потестарную архаическую первооснову в рамках интерпретации взаимоотношений между людьми и окружающим их миром, но

¹Jung C.G. The Structure and Dynamics of the Psyche Collected Works, New York – London, 1960. Vol. 8. P. 338 – 345.

адаптированные к изменившимся социокультурным условиям и поэтому дополненные новым социокультурным содержанием.

В чём же проявляются различия и сходства неоархетипического и неотипического в современной социокультурной жизни и информационной культуре современного российского общества? Жизненный мир современного человека предполагает анализ и изучение его в различных областях жизнедеятельности, протекающих в основных сферах бытия современного общества.¹ Рассмотрим эти вопросы подробнее в рамках анализа коллективного бессознательного в информационной культуре трёх основных сфер жизни общества: информационной культуре социально-экономической сферы, информационной культуры социально-политической сферы и информационной культуры социокультурной сферы.

Российская традиция развития социально-экономической сферы или хозяйственной жизни неотделима от морально-нравственных идеалов, сложившихся в процессе исторического развития России, становления и развития современного российского общества. Как не без оснований отмечают отечественные исследователи, социальными ориентирами развития социально-экономической жизни российского общества являются «идеалы добра, единства во множестве, взаимосвязи в любви», которые существенным образом влияют на развитие российской экономики.²

Отечественный экономист вице-президент Санкт-Петербургской Академии наук, активный последователь и пропагандист идей одного из основоположников классической политической экономии А. Смита Г.К. Шторх в работе «Zur Kritik des Begriffs vom National reichthum» («К критике понятия национального богатства»), изданной в Санкт-Петербурге в 1827 г.) утверждал, что в экономике важнейшую роль играют моральная ответственность, нравственные идеалы, реализуемые в практике

¹Тощенко Ж.Т. Социология жизни. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016.

² Ковригин Б.В., Сеницына Т.И. Методологические идеи русской философии хозяйства // Международный научно-исследовательский журнал. 2016. № 12 (54) Ч. 2. Декабрь. С. 144; Бессонова О.Э. Образ будущего России и код цивилизационного развития. Новосибирск, 2007. С. 116.

экономической деятельности.¹ Другой известный российский учёный А.И. Бутовский, полагал, что «участие, принимаемое капиталом нравственным в производстве, совершенно сходно с тем, которому предназначены капиталы постоянные».² Позднее выдающийся российский экономист К.И. Бабст обратил внимание на «нравственный капитал» как важнейший источник предпринимательской активности в рамках стремления к достижению общественного блага.³ Все эти рассуждения отечественных экономистов XVIII – XIX веков предвосхищали важнейший вывод выдающегося немецкого философа и социолога М. Вебера о духе капитализма в протестантской этике для победы над реликтами традиционного общества основ общества индустриального.⁴

Рассматривая исторически сложившийся надэтнический и надрелигиозный имперский «архетип» матрицы российской цивилизации, можно признать, что в условиях многосоставного и многоэтнического территориального общества он продемонстрировал удивительную адаптивность к изменениям внутренних и внешних условий существования российского общества. Поэтому, видимо, его следует определить не как архетипический образ прошлого, продолжающий существовать и развиваться в новых исторических условиях, а как неоархетипический образ, который в новых исторических условиях обрёл динамизм и свойства адаптивной гибридизации с современными формами социально-экономической жизни.⁵

В современной российской экономике существуют так называемые производственные адаптивные архетипы, концептуальный подход к которым был сформулирован в коллективной монографии В.В. Цыганова, В.А.

¹Storh A.K. Zur Kritik Des Begriffs Vom Nationalreichtum. Eine akademische Vorlesung, St.Petersburg , 1827 .

² Бутовский А.И. Опыт о народном богатстве или о началах политической экономии. Том 1. Политэкономия как нравственная наука.СПб., 1847. С.203.

³Бабст К.И. Изложение начал народного хозяйства. М., 1972. С. 175.

⁴ Вебер М. Избранные произведения. М., 1990. С.401.

⁵Бурняшева Л.А., Газгиреева Л.Х. Концептуализация духовно-нравственных проблем современного российского общества: экзистенциально-ценностный аспект. Монография. М., – Пятигорск, 2016. 243 с.; Касаева Т.В. Поликультурный человеческий потенциал России // Вестник университета Российской академии образования. 2016. № 5. С. 14 – 16.

Бородина, Г.Б. Шишкина.¹ В ней впервые проанализированы и описаны «архетипы» информационного менеджмента в информационной культуре организации. По существу же корректнее было бы вести речь о неархетипических образах устройства организации в рамках информационной культуры, которые сочетают в себе традиционное и инновационное и адаптированы к процессам глокализации с учётом сложившейся в обществе информационной и предпринимательской культуры в социально-экономической сфере, имеющие как социальное, так и производственно-экономическое содержание.² Воспроизводство социальных отношений между участниками хозяйственно-экономической деятельности характеризует экономическую культуру общества, которая регулируется не только с помощью нормативно-правовых актов, но и на основе нормативно-ценностных моделей взаимодействий, исторически сложившихся в обществе и им санкционированных в результате рефлексивно-селекционного отбора на основании опыта повседневных социально-экономических практик. Экономическая культура, представляя собой подсистемы социокультурной сферы жизни общества, реализует в практике хозяйственной деятельности паттерны социально-экономической деятельности, обладающие социальной значимостью, иерархически выстроенной упорядоченностью, способностью к вариативности и адаптации к изменяющимся условиям внутренней и внешней среды, а также способностью к воспроизводству на основе субъективной рациональности. Экономическая культура способствует мобилизации продуктивной инициативы людей, наделяя её личностными и общественными смыслами, выстраивая продуктивные связи между акторами социально-

¹Цыганов В.В., Бородин В.А., Шишкин Г.Б. Интеллектуальное предприятие: механизмы овладения капиталом и властью (теория и практика управления эволюцией организации). М., 2004.

² Шульц В.Л., Цыганов В.В. Теория социально-экономических изменений // Информационные войны. 2008. № 2 (6). С. 3 – 5; Цыганов В.В., Горбунов Г.Г. Концепция информационного менеджмента // Образовательные ресурсы и технологии. 2016. №1 (13). С.85-88.

экономических процессов, включая государственные, муниципальные, корпоративные и общественные социальные институты.¹

Культура способствует возникновению и совершенствованию доминирующей деятельности в определённом социальном пространстве и времени, задавая людям ориентиры деловой культуры, организационного поведения и социальных отношений. Своими духовными и материальными элементами она глубоко влияет на социально – экономические процессы. При этом духовная культура как мир идеалов, ценностей и стремлений создаёт хозяйственный дух – духовный фон различным социально-экономическим системам.

Как отмечает Н.Н. Зарубина, хозяйственная и духовная жизнь, хотя и предполагает ориентации на различные ценности, «в равной степени необходима обществу в целом и каждому человеку».² Матрицы архаических образов коллективного бессознательного в отечественной экономической представлены экономическим контекстом русского народного фольклора, в котором акцентируется внимание на тех моделях экономического поведения, которые отражают преломление в русской культуре основных механизмов и институтов рыночного обмена. Как показывает анализ пословиц и поговорок, собранных В.И. Далем в середине XIX века³, идея собственности имеет в фольклоре весьма сложную структуру. Но наиболее ярко в этой структуре выражены два компонента: во-первых, недостаточность традиционных и институциональных механизмов защиты прав собственности («Запор да замок – святое дело»); во-вторых, дуализм в отношении к чужому имуществу – пренебрежение, с одной стороны, и ответственность, с другой «На чужие деньги запоем пьём» и «Чужое добро страхом обгорожено».

¹ Войтов И.В. Экономическая культура России и пути ее формирования в России // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки. 2009. № 2. С. С. 53 – 58.

² Зарубина Н.Н. Бизнес в зеркале русской культуры. М., 2004. С. 110.

³ Верховин В.И. Модели экономического поведения и их вербализация и русском народном фольклоре // Мир России. 2001. № 1. С. 109.

Проблема русской экономической культуры состоит не в порочности каких-либо конкретных её качеств и не в слабой выраженности в ней тех или иных свойств, которые принципиально важны в современной рыночной экономике. Проблема в значительной степени связана с тем, что весь этот культурный арсенал не может быть использован одинаково эффективно в различных направлениях экономической деятельности – можно предположить, что русская национальная культура сформировала экономико-культурное пространство, не обладающее свойством изотропности.¹ Действительно, сверхрезультат обычно достигался в некоторых избранных направлениях, которые объявлялись приоритетными, при этом другие направления стагнировали на протяжении жизни поколений.

В социально-экономическом развитии России может быть выделено достаточно устойчиво сохраняющееся направление, в котором русская экономическая культура работала наименее эффективно.² Впервые эта мысль была сформулирована Н.О. Лосским, отметившим характерное для русских явление, которое было им названо «безразличием средней области культуры».³

В российском общественном сознании существовала триада диалектически взаимосвязанных нормативных ценностей: вершину своеобразного треугольника и интегратора общества и ведущего регулятора социально-экономической жизни составляла власть и отношения иерархической подчинённости, а в основании этого своеобразного треугольника находились с одной стороны – общинность, соборность, а с другой – индивидуализм.⁴ Поэтому основным вопросом доминирования в тот или иной период ориентаций российского общества было преобладание то прагматического индивидуализма, то общинно-соборного начала. Причём в роли верховного арбитра и регулятора в конфликтах между этими полюсами

¹ Там же. С.130

² Лосский Н. О. Условия абсолютного добра М., 1991. С. 32

³ Там же. С. 56

⁴ Зарубина Н.И. Динамика базовых ценностей российской хозяйственной культуры // Историческая психология и социология истории. 2017. № 2. С.193.

общественных ориентаций всегда выступала государственная власть. По мнению О.Э. Бессоновой, в основе процессов жизнедеятельности социально-экономической сферы лежит дуальный «институциональный архетип» в системы рынок – раздаток, которые в различное время под влиянием комплекса факторов доминируют.¹ Этот институциональный архетип закреплён комплексом неоархетипических образов в коллективном бессознательном, которые сложились под влиянием реального социально-экономического развития и нашли выражение в таких категориях общественного сознания как «справедливость», «заступничество власти», «общее благо для всех», «высшая ценность – благо всего Отечества». Сама открытость архетипических образов к реальной эволюции определяется смысловым содержанием коллективного бессознательного, отражённого в общественном сознании и его динамике в сфере нормативно-ценностных регулятивов и моделей социальной активности: «На терминальном уровне ценностные императивы выполняют роль универсальных критериев оценки событий и явлений, на инструментальном – те же ценностные императивы выступают в роли руководства (или мотивации) к действию в повседневной жизни»².

Как подчеркивал академик В.С. Стёпин, «взаимодействие норм и ценностей различных культур неизбежно приводило к видоизменению традиционных российских ценностей. Вместе с тем, в самих этих видоизменениях прослеживаются довольно устойчивые архетипы российской духовности, определяющие понимание мира, способы жизнедеятельности, формирование личности»³.

По обоснованному мнению Н.С. Кондакова, «развитие современной экономической культуры проходит в достаточно сложных условиях: с одной

¹ Бессонова О.Э. Контрактный раздаток и солидаризм – новая веха российской матрицы // Мир России. 2019. № 1. С.11 – 12.

² Межнациональное согласие в общероссийском и региональном измерении. Социокультурный и религиозный контексты: [монография] / Отв. ред. Л.М. Дробижева. М., 2018. С. 243.

³ Степин В.С. Экономика и культура // Вестник Московской государственной академии делового администрирования. Серия философские, социальные и естественные науки. 2012. № 3 (15). С. 11.

стороны, она несет в себе ценности, нормы, традиции, которые складывались поколениями, с другой стороны, – происходит постоянное переосмысление этих традиций под влиянием политических, геополитических, глобальных интересов».¹

Всё сказанное выше ещё раз свидетельствует в пользу значимости и устойчивости коллективного бессознательного в основных сферах жизни современного российского общества. При этом В.С. Стёпин справедливо указывал на потенциал адаптивности архетипов матрицы российской цивилизации: «В архетипах российского сознания, ...заложен немалый потенциал их видоизменения и дополнения новыми смыслами»², то есть по существу трансформация архетипов российской цивилизационной матрицы в неоархетипы, представляющие гибридные адаптивные архетипические образы, обогащённые современными социальными практиками и накопленным в процессе кросс-культурных взаимодействий опытом.

Впрочем, не следует забывать, что реализуемое в рамках современной информационной культуры коллективное бессознательное, а «именно общий национальный менталитет, выступает базисом формирования всей экономической ментальности в целом. Последнюю же можно в пределе свести к сумме стереотипов и ценностей, влияющих на экономический выбор» с адаптацией к базисным ментальным структурам коллективного бессознательного современных информационных технологий и практик.³

Институциональный архетип имеет дуальную природу и состоит из двух типов координации: с одной стороны – рынок, с другой – раздаток, которые представляют собой универсальные модели взаимодействия; они равноценны и никогда не существуют друг без друга. Дуальность архетипа выражается в том, что, когда одна сторона архетипа доминирует, другая играет лишь компенсаторную, вспомогательную роль. Несмотря на

¹ Кондакова Н.С. Аксиологический аспект экономической культуры // Грамота. 2017. № 12. Ч.3. С. 89– 90. // URL: <http://www.gramota.net/materials/3/2017/12-3/20.html>.

² Стёпин В.С. Экономика и культура... С.16.

³ Миннегалиев И. М. Экономическая культура в системе общественного воспроизводства: автореф. дис.... канд.философ. наук : 09.01.11. Набережные Челны, 2012. С.12.

сосуществование и тенденцию к гармонизации, рынок и раздаток противопоставлены друг другу как конкуренты за координацию любого вида деятельности.¹

Как отмечает А.А. Нецадин, своеобразными чертами российского коллективного бессознательного, в том числе и в социально-экономической сфере, были центристски ориентированная иерархичность и надэтничность и надлокальность: «Отличительными чертами архетипа российского этноса, что неоднократно подчёркивалось многими исследователями, являются социоцентризм и «зов империи».² Закреплённые на уровне неоархетипической матрицы в коллективном бессознательном российского общества принципы социально-экономической деятельности выделяли важность духовно-нравственных императивов социально-экономических практик.³ С точки зрения А.В. Муранова, коллективное бессознательное в области и правового регулирования социально-экономической деятельности должно строиться с учетом коллективного бессознательного, закреплённого в российском менталитете, учитывать архетипические основания правовой нормотворческой и нормоприменительной деятельности, сложившиеся в процессе исторического развития российских земель.⁴ В конечном итоге именно органическое принятие принципов и норм деятельности социальных институтов в рамках исторически сложившихся терминальных и инструментальных ценностей коллективного бессознательного, включающего архетипы, неоархетипы и неотипы как его формы, способно обогатить и сделать продуктивной социально-экономическую сферу жизни современного российского общества.⁵ Как свидетельствуют недавно

¹ Бессонова О.Э. Контрактный раздаток и солидаризм – новая веха российской матрицы...

² Нецадин А.А. Социально-экономическое развитие: национальные особенности и коллективное бессознательное // *Философские науки*. 2009. № 3. С. 10.

³ Ковригин Б.В., Сеницына Т.И. Методологические идеи русской философии хозяйства // *Международный научно-исследовательский журнал*. 2016. № 12-2 (54). С. 142 – 145.

⁴ Муранова А. В. Признаки предпринимателя в российском и западном правовом менталитете // *Предпринимательское право. Приложение «Бизнес и право в России и за рубежом»*. 2013. № 3. С. 9 – 11.

⁵ Курилькина О., Овчинников А., Самойлова И., Стеценко И., Федоренко С. Правовая политика в сфере экономики и особенности русской этнической культуры // *Центральная Азия и Кавказ*. 2016. Т.19. № 1. С. 78 – 86.

проведенные масштабные социологические исследования, иерархическое распределение теминальных ценностей в различных регионах и у различных этноконфессиональных групп российского общества оказалась гомогенной: на первом месте семья, на втором – жизнь в достатке, на третьем – интересная работа, далее – уважение людей и затем – желание «чувствовать себя свободным человеком».¹ При этом в сфере инструментальных ценностей наблюдается деградация исторически сложившегося консенсуса. Как свидетельствуют данные социологических исследований, в социально-экономической сфере для значительного числа россиян выступающих на рынке труда в качестве наёмного персонала «характерны основные признаки прекаризации, т.е. неопределённости, неустойчивости, негарантированности в сфере труда, его организации, его условий и оплаты».² А в бизнес-среде в условиях нестабильности и противоречивости местной интерпретации государственной политики по отношению к предпринимательству различных ветвей власти, по данным ассоциации специалистов в области финансов, учёта и аудита, будет увеличиваться доля теневой экономической деятельности, формируя благодатную почву для параллельной экономической субкультуры – почти до 40% к 2025 году.³

Понимание роли информационной культуры, транслирующей архетипическую матрицу отечественной культуры управляющей и управляемой подсистемам российского социума, обеспечивающей обратную связь людей и властных институтов придают необходимую органическую динамику социально-экономическим процессам.

Важнейшей сферой жизнедеятельности общества, в которой информационная культура играет едва ли не доминантную роль, является социально-политическая сфера, в которой в поле коллективного бессознательного историческое прошлое, актуальное настоящее и

¹Межнациональное согласие в общероссийском и региональном измерении...С. 210.

²Тощенко Ж.Т. Прекариат: от протокласса к новому классу. Монография М., 2018. С. 228.

³Вислогузов В. Теневой сектор будет расти вместе с ВВП // Коммерсантъ.2017. 03.07.

проективное будущее сосуществуют, реализуясь в детерминированных ими в политической культуре общества, вытесняя рационально-логическое.¹

Коллективное бессознательное реализуется в различных областях политической культуры. Во-первых, в имидже политических лидеров, являющихся важнейшими акторами социально-политических процессов: «В образе политика, каким его видят респонденты, всегда есть «двойное дно» – те пласты образа, которые самими респондентами не осознаются. При этом одни бессознательные характеристики связаны с индивидуальными особенностями того, кто оценивает политика, другие – с массовыми стереотипами, порождёнными средствами информации, третьи коренятся в глубинных представлениях, общих для людей данной культуры».² Благодаря архетипическим образам, существующих в коллективном бессознательном в рамках политической культуры данного общества, актуализируются мифологизированные черты личности политического деятеля, которыми он может и не обладать, но которые ему приписываются на основании апеллирования к глубинам архетипических образов мудрых и справедливых властителей.³ Распространения сконструированного политтехнологами образа политического лидера посредством медиаканалов и средств политической рекламы формируют и укореняют в сознании потенциального избирателя (неизвестно, примет ли конкретный гражданин, имеющий право голоса, участие в выборах) эмоционально принимаемый образ человека и политического деятеля.

В современной политической культуре значение терминальных и инструментальных ценностей представляется весьма значимым. Как отмечал М. Вебер, социальные практики могут рассматриваться в качестве ценностно-рациональных, если они опираются на фундамент веры в «безусловную – эстетическую, религиозную или любую другую

¹Задохин А.Г. Бессознательное российских политических элит: архетипы и комплексы // Научно-аналитический журнал Обозреватель – Odserver. 2011. №4 (255). С.25.

² Шестопад, Е.Б. Политическая психология : учебник для вузов. М., 2007. С. 382

³ Алексеева А.Г. Культурные архетипы в структуре имиджа политического лидера // Труд и социальные отношения. 2010. №10. С.112 – 113.

самодовлеющую ценность определённого поведения как такового, не зависимо от того, к чему оно приведёт».¹ При этом такое социальное целеполагание и поведение опирается на базовые ценности социокультурной матрицы, на что указывал Т. Парсонс: «...понятие ценностной ориентации является логическим средством для формулировки одного из центральных аспектов выражения культурной традиции в системе действия».²

Современная российская политическая культура продолжает опираться на архаизированную сакрализацию лидера государства и недоверие к иным властным институтам: 90,3% граждан России доверяют президенту, в то время как правительству не доверяют 19,5%, а Совету Федерации – 39,6% Государственной Думе – 48,5%.³ В современной политической культуре российского общества распространился абсентизм в отношении к участию в политической жизни: 93,7% граждан в рамках проведённого в 2014 году социологического опроса указали, что не имеют возможности влиять на политическую жизнь страны, а 53,5% – не участвуют ни в каких формах политической гражданской активности, включая и участие в выборах различных уровней.⁴ Падение уровня доверия к различным ветвям власти и правящим элитам обусловлено слабостью политической информационной культуры, которая акцентирует преимущественно негативные проявления общественно-политической жизни.

Доля российских граждан, использующих инструментарий политического и гражданского участия, находится в стагнирующем состоянии с 2006 г.⁵ При этом «в последние годы произошла реанимация многих архетипов, входящих в социокультурный код российской нации. Однако эти архетипы далеко не всегда затрагивают мотивационный блок

¹ Вебер М. Указ. соч. С.628.

² Парсонс Т. Система координат действия и общая теория действия: Культура, личность и место социальных систем // Американская социологическая мысль / Под общ. ред. В.И. Добренкова. М., 1994. С.248.

³ Тощенко Ж.Т. Прекариат: от протокласса к новому классу... С. 231, 264.

⁴ Там же. С.232.

⁵ Российское общество и вызовы времени. Кн.5. Под ред М.К.Горшкова и В.В. Петухова . М., 2017. С. 222.

массового сознания»¹. Всё это в конечном итоге приводит к обостряющимся противоречиям между архетипическими основаниями и бытовым конформистским индивидуализмом в массовом сознании россиян, что нашло отражение в превалировании личных интересов над общественными в ответах 56% респондентов,² что сдерживает развитие гражданского участия в политической жизни общества. Справедливости ради, следует отметить возрождение волонтёрского движения в области общественных инициатив, что является хорошей предпосылкой активизации формирования и развития гражданской культуры в современном российском обществе.

С другой стороны, как показывают данные социологических исследований, информационная культура в современной политической системе российского социума не отвечает ни интересам властных институтов, ни интересам развития гражданского общества: она не выступила в качестве акселератора процессов активизации гражданского участия, не обеспечила в полной мере обратную связь между социальными институтами и гражданами. Одним из барьеров в этой области явился архетипический образ персонификация власти, в то время как к институциональным системным элементам в российской матрице политической культуры сохранялось традиционное недоверие. Как отмечает Н.В. Карпова, «к ядру генетических особенностей России, или субъективным доминантам исторического процесса, исследователи относят патерналистские ориентации, традиции авторитарной централизованной власти, пассивность и правовой нигилизм со стороны общества, слабость самоуправления...»³

Исторически сложившаяся политико-культурная архетипическая матрица содержит два ключевых архетипических образа: *Правды*, содержащей нормативно-ценностные представления о социальной

¹ Там же. С.239.

² Там же. С.244 -245.

³ Карпова Н.В. Политический «генотип» как структурный элемент политической культуры // Вестник Московского университета. Серия 18. Политология и социология.2016.№ 2. С.136.

справедливости, и архетипический образ «Лада», или образа отечественного формата общественной демократии.¹ Эти архетипические образы являются не только основанием ценностно-регулятивным основанием российской политической культуры, драйвером актуализации этих архетипических образов в виде неоархетипических образов в современных процессах в российской политической жизни, где информационная культура выступает в качестве медиатора между акторами политических процессов и коллективным бессознательным.² Посредством каналов массовой коммуникации и сетевых взаимодействий участников социальных сетей в Интернете в российском обществе поддерживаются архетипические политико-культурные репрезентации коллективного бессознательного.

Эта сторона отечественной политико-культурной матрицы нуждается в скорейшем обновлении, потому что в условиях отсутствия доверия к институциональным механизмам государственного и политического управления и местного самоуправления трудно ожидать успешного решения стоящих перед российским обществом модернизационных задач. В этой связи значительную роль в деперсонификации и институционализации власти призваны сыграть информационные технологии, призванные алгоритмизировать процессы принятия решений и обратной связи в рамках информационной культуры российского общества.

Ментальные механизмы наследования архетипических оснований коллективного бессознательного российской политической культуры реализуют процессы её воспроизводства в обществе с помощью социально-исторической памяти, что позволяет поддерживать стабильность политической культуры на основе адаптации к новым политическим реалиям при помощи трансформации архетипических оснований в гибридные неоархетипические основания.

¹Лейпхарт А. Демократия в многосоставных обществах...

²Карпова Н.В. Политический «генотип» как структурный элемент политической культуры...С. 143 –

В не менее сложном положении, чем социально-политическая сфера, оказалась и социокультурная сфера. Подавляющее число опрошенных в 2014 году (82,5%) не принимало участие в культурных мероприятиях, оставаясь в «созерцательном» отношении к изменениям, происходящим в области культуры.¹ Переходя к роли информационной культуры в трансформации коллективного бессознательного в социокультурной сфере жизни, отметим укоренившийся раскол в нормативно-ценностных ориентациях российского общества. Как полагают отечественные психологи, основные ценностные различия между россиянами заключаются в выборе между социально ориентированным консерватизмом и эгоистическим личностным самоутверждением.² В рамках социально-консервативного поведения современный россиянин готов к преодолению границ личных интересов и к актуализации элементов культурной матрицы архетипического, в ряде случаев в результате конформистских установок на адаптацию к изменчивой жизненной ситуации, а в случае доминирования эгоистических индивидуалистских ориентаций он стремится к разрыву с архетипическими основаниями терминальных ценностей и стремится преодолеть социокультурные нормативно-ценностные ограничения и рамки санкционированного поведения. В этом случае он избирательно подражает западным нормативно-ценностным моделям, уклоняясь от нормативного законопослушания и законоисполнения, ориентируясь на достигательные стратегии, в том числе и вне рамок общепринятых социокультурных норм.³

Во многом это является результатом тотальной коммерциализации средств массовой информации, прежде всего телевидения, ориентированного на низкие уровни массовой культуры, пропагандирующие успех, основанный на пренебрежении духовностью.⁴

¹ Российское общество и вызовы времени. Кн. 5... С. 350 – 351.

² Там же. С.245.

³ Там же.

⁴ Жизненный мир россиян: 25 лет спустя (конец 1980-х – середина 2010-х гг.) / Под ред. Ж.Т. Тощенко. М., 2016. С. 352 – 363.

Современная культура, воплощая в реальность различные духовные смыслы и формы, развивая существующие и создавая новые стили и жанры, реализует прямое и косвенное воздействие на социализацию личности и развитие современного общества. Используя средства символизации, современная информационная культура за счёт номинирования и социального означивания форм реальности и феноменов ей присущих программирует определённые ракурсы распознавания явлений и видения реальности, формирует модели паттернов в различных типах реальности – актуальной, религиозной, виртуальной.

Информационная культура в условиях цифровой технологической революции оказывает существенное влияние на преобразование традиционных форм коллективного бессознательного и сама испытывает его непосредственное влияние в процессах формирования виртуальной сферы социокультурной реальности, основанной на ментальных константах и неоархетипах и неотипах.

Социокультурная сфера является фундаментом духовно-нравственного основания современной социальной жизни, воздействующая на социально-экономическую и социально-политическую области российского общества.

Она претерпела в течение 100 лет 2 крупнейших трансформации: советизацию и десоветизацию, сопровождавшуюся агрессивным нарастающим влиянием глобальной вестернизированной массовой культуры, которые существенным образом повлияли на социально сконструированные неотипические элементы нормативно-ценностных ориентаций российского общества. Однако социокультурная сфера жизни российского общества продемонстрировала устойчивость традиционных архетипических смыслов, основывающихся на исторически отрефлексированном опыте развития человеческого сообщества.¹

По обоснованному мнению М. Мид, архетипические традиционные основания социокультурных систем отражают тенденции ориентации на

¹ Уткин А.И. Глобализация: процесс и осмысление. М., 2001. С. 176.

стабильность как практического, так и символического восприятия окружающего мира и человека в нём, неразрывно связанных с природными темпоритами и цикличностью социального развития области жизни, укоренной в предметном и духовном опредмечивании окружающего мира.¹

Репрезентация актуальной реальности в рамках конкретно-исторических процессов развития общества реализуется в актуальных социокультурных паттернах фреймов социокультурного поведения людей, представляющих в своей социокультурной деятельности в рамках освоенной ими информационной культуры матрицу архетипических образов, образующих российскую цивилизационную матрицу.²

В этом смысле представляется целесообразным рассмотреть основные сферы её реализации в области современной российской культуры. И начать этот анализ представляется важным с образования, являющегося базовым институтом в социализации современного человека.

В условиях изменения вектора образовательной деятельности с воспроизводства всесторонне развитой личности, к которой пытаются отчасти возвратиться в настоящее время, в образовательной деятельности возобладала система подготовки узко квалифицированных специалистов, владеющих технологиями в ограниченной рамками требований участия работников в технологическом процессе, в которых основным становится пунктуальное выполнение сформулированных их создателями производственной цепочки алгоритмов чётко очерченного круга действий.³

«Технологические паттерны требуют их запоминания, выучивания. Именно на их формирование ориентирована тестовая система проверки знаний и подготовка к ней».⁴ Современная «профильная» подготовка в старших классах общеобразовательных школ ориентирована на подготовку к прохождению тестовых заданий, а не развитие системного креативного

¹Mead M. Twenties century faith. Hope and survival. New York, 1972. P. 51 – 53.

² Розин В.М. К вопросу о культурологии, её предмете и методе // Социально-политический журнал. 1993. № 3. С. 105 – 106.

³ Latour B. Reassembling the social An Introduction to Actor-Network-Theory. Oxford, 2005.

⁴Асимметрия жизни современного российского общества... С. 15.

мышления. Хотя в теоретических работах по вопросам школьного образования утверждается обратное: «Школьники должны вовлекаться в такую деятельность, в которой они могли бы научиться изобретать, понимать и осваивать новое, выражать собственные мысли, принимать решения, помогать друг другу, учитывать интересы окружающих и осознавать собственные возможности».¹ Имеющийся материал проведённых социологических исследований демонстрирует два различных вектора ориентации: в социальных ориентациях школьников преобладают индивидуалистские ориентации, а в ориентациях учителей – на социально санкционированные модели, связанные с личностной и профессиональной самореализацией и гражданским патриотизмом.² Акцент в ориентациях педагогов сделан на подготовке школьника к выполнению установленных обществом нормативных моделей социального поведения. То есть подразумевается, что выпускник школы должен быть аккуратным исполнителем, а не творческой личностью.³ Это осознают как педагоги, так и школьники.

Поэтому в современной социокультурной сфере важнейшее значение для воспроизводства матрицы коллективного бессознательного российской цивилизации приобретают институциональные акторы социокультурной деятельности и развитие информационной культуры работников этой сферы и населения. Сформулированная педагогами-новаторами в условиях распада СССР и кризиса социалистической модели цель воспитания школой энтузиастов, проникшихся чувством прекрасного, трансформировалась в соответствии с требованиями современного понимания российского общества на Западе как резерва послушной запрограммированной на узкие профессиональные компетенции дисциплинированной личности – пунктуального исполнителя алгоритмов производственной деятельности. В

¹ Щербакова В.Ю. Особенности деятельности учителя в условиях ФГОС // Известия Регионального финансово-экономического института. 2015. № 1 (7).С.2.С. 1 – 6.

²Собкин В.С., Родионова К.Э. учащиеся и учителя о задачах и целях школьного образования // Национальный психологический журнал. 2018. № 14(32). С. 115.

³Там же. С.116.

результате произошло снижение значения культурного образования современных школьников.¹

Следует при этом отметить роль провинциального школьного образования в поддержании традиционных ценностей российской социокультурной сферы, плодотворного сочетания воспитательной работы с обучением творческому мышлению, эмпатии по отношению к малой родине и её природе и глокальной социокультурной матрицы, которая вмещает в себя как архетипические основания традиционной культуры, так и неархетипические или гибридные формы коллективного бессознательного, адаптированного к происходящим в обществе изменениям. Локальная укоренённость провинциальной культуры, проектная деятельность и цифровизация музейной среды, трансформация домов культуры в центры удовлетворения разнообразных социокультурных потребностей населения. Развитая система локального социального контроля за соблюдением нормативно-ценностных регулятивов в силу локальности пространств провинциальных городов и сельских поселений, расширяющаяся доступность глобальных информационных ресурсов – всё это возвышает роль российской провинции в поддержании исторически сложившейся ценностной матрицы российской цивилизации.²

Российские провинциальные музеи, библиотеки, Дома культуры во многих случаях превращаются в современных условиях в центры поддержания региональной и локальной культурной идентичности, центры провинциальной культурной жизни, в которых организуются концерты, выставки, реализуются творческие образовательные программы в области дополнительного образования: «Профессиональный библиотекарь и профессиональный работник культуры ...организуют культурную жизнь сообщества, причём на достаточно высоком уровне, и поддерживают его в

¹Там же. С.118, 120.

² Пришвина И.Н. Провинциальный историко-этнографический музей как пространство осуществления различных направлений, форм и методов социокультурной практики // Социокультурная среда российской провинции в прошлом и настоящем. Сборник научных статей. Елабуга, 2015. С. 331 – 335.

местном сообществе».¹ Российскими социологами были выявлены следующие важные особенности в деятельности провинциальных акторов сохранения и развития традиционных и гибридных социокультурных ценностей и практик в российской провинции, которые продемонстрировали типологические черты в различных регионах: во-первых, акторы этих процессов действуют в различных сферах жизнедеятельности; во-вторых, они используют или избегают в зависимости от конкретной локальной ситуации взаимодействия с институциональными органами социокультурной сферы и местного самоуправления; в-третьих, они полны энтузиазма, ориентированы на достижение поставленной цели и автономны в использовании ресурсов от вышестоящих властных институтов, которые они рассматривают в качестве неизбежного препятствия на пути достижения своей сверхзадачи. Это люди – подвижники, которыми всегда славилась российская земля, приверженные отрефлексированным исторически сложившимися терминальным ценностям, в числе которых ведущие места занимает семья, социальная справедливость, социальная кооперация и поддержка, патриотизм.² Феномены проявления конкретно-исторического реализуются в современных социокультурных паттернах в качестве архетипических, неоархетипически и неотипических символически означенных ментальных схемах, которые создают гибридные сочетания с неотипами, отражающими новые социокультурные практики и ментальные модели, являющиеся информационно-культурным откликом на новые информационные технологии, порожденные общественным прогрессом и поступательным развитием российского общества.³

¹ Асимметрия жизни современного российского общества... С. 19.

² Там же. С. 19-21.

³ Мухамеджанова Н.М. Феномен провинции и провинциальной культуры в социокультурном измерении // URL: // <http://www.gramota.net>. 2017. № 7 (81). С.143-146; Купцова И.А. Русская провинциальная культура и российская цивилизация: сущность и взаимодействие // Среднерусский вестник общественных наук. 2008. №4//URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/russkaya-provintsialnaya-kultura-i-rossiyskaya-tsivilizatsiya-suschnost-i-vzaimodeystvie>; Купцова И.А. Российская цивилизация, русская культура, культура русской провинции: характеристики и взаимодействие // Вестник МГУКИ. 2010. №2 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskaya-tsivilizatsiya-russkaya-kultura-kultura-russkoy-provintsii-harakteristiki-i-vzaimodeystvie..>

Необходимо иметь в виду, что согласно проведенным в последние годы социологами Института социологии РАН социологическим исследованиям, значимыми факторами воспроизводства системы норм и ценностей конкретным человеком является положение в социуме родителей и социальное окружение в данном локальном сообществе.¹

В коллективном бессознательном, в котором превалируют архетипические ценностные основания, доминирует витальный подход, основанный на выделении в процессе опредмечивании внешней среды жизненно важных и полезных экзистенциальных явлений и процессов среди имеющих вспомогательное для организации жизненного пространства социума значений. В мифологически организованном мышлении происходит стабилизация символически означенных предметов и отношений в окружающей среде, что позволяет, в свою очередь, подвергнуть сакрализации и ритуализации явления вещного и духовного мира данного социума.

Исторически сложившееся коллективное бессознательное воспроизводится в социокультурных паттернах вариативных моделей стилей жизни россиян как в форме архетипических образов, отражающих метальные модели повседневных и досуговых социокультурных практик, так и в виде неархетипических образов и неотипов коллективного культурного бессознательного, сложившихся в процессе адаптации архетипических образов к реалиям динамики современной жизни и информационной культуры, так и в процессах социального конструирования неотипов под влиянием новых социокультурных практик.

Новые ментальные модели и схемы, укорененные в коллективном бессознательном россиян опираются на стабильный габитус большинства российского населения, выявленный и проанализированный отечественными учеными-социологами в процессе изучения особенностей ментальности современного российского общества в конце XX- десятиях годах XXI веков.

¹ Тихонова Н. Е. Социальная структура России: теории и реальность. М., 2014.

Даже вопреки геополитической и геокультурной катастрофе в российском многосоставном обществе, явившейся результатом распада СССР в 1991 году, системообразующие цивилизационные ценности в российском обществе сохранились вопреки многочисленным попыткам их разрушения изнутри и извне.

Информационная культура выступает в качестве медиатора традиционного и инновационного во всех сферах социальной жизни современного российского социума. Имплантируя в повседневные социальные практики новые информационно-коммуникативные технологии, она остаётся залогом преемственности и поступательности развития российского общества, продуцируя адаптационные и мягкие инновационные изменения в современную российскую культуру, поддерживая стабильность и прогрессивный вектор изменений.

Как полагает М. Мид, система традиционных культур акцентированно связана с доминированием второго уровня восприятия.¹ В архаических культурах превалирует витальный подход, основанный на дифференциации при опредмечивании окружающего мира полезных природных явлений и артефактов и «прочих», не имеющих значимой жизненной ценности.² В рамках мифологического мышления в архаических культурах наблюдается стремление к стабильности предметных мнемонических символов, вещного, опредмеченного восприятия внешнего мира, подчинённого ритуализированной предопределённости в сфере замкнутых ритмов природы, рода, собственной телесности.³

Феномены проявления конкретно-исторического в современных национальных культурах, воспроизводятся в живых культурных практиках в качестве культурных архетипических образов, схематизмов культурного сознания, репрезентирующие глубинные социальные структуры и

¹Mead M. Twenties century faith. Hope and survival... P. 51.

²Леви-СтроссК. Указ. соч. С.112-237.

³ЛотманЮ.М. Избранные статьи // Собрание сочинений. В 3-х т. Таллин, 1992. Т.1. С. 102 – 109.

отношения, выражаются в рекламном поле в виде языковых и символических систем, в виде конкретных вариантов и типов визуальных образов.¹

На основании сказанного выше в настоящем параграфе можно сделать следующие выводы:

1. Информационная культура современного российского общества продемонстрировала эффективность в условиях многосоставности и пространственной неравномерности развития российских регионов;

2. Информационная культура проявила себя как медиатор при взаимодействии и взаимодополнении архетипических, неоархетипических и неотипических оснований в нормативно-регулятивной сфере жизнедеятельности современного российского общества, обеспечив адаптацию технологических и социокультурных изменений к воспроизводству и развития социально-экономической социально-политической и социокультурной подсистем отечественной культуры;

3. Системные аксиологические основания российской цивилизации продемонстрировали свою устойчивость и продуктивность в российском обществе, обеспечив преодоление последствий крупнейшей геополитической и геокультурной катастрофы XX века – распада СССР и восстановив вектор поступательного социального развития России в XXI веке.

2.3 Социально-информационное конструирование и коллективное бессознательное в формировании и развитии информационной культуры современного российского общества

Важнейшим фактором развития информационной культуры современного российского общества является освоение различных

¹ Розин В.М. К вопросу о культурологии, её предмете и методе // Социально-политический журнал. 1993. № 3. С.105 – 106.

компетенций по работе с современными медийными потоками информации. Это предполагает выработку умения селективного отбора информации в медиаканалах, рефлексивного осмысления значения отобранной информации для себя, своей социальной группы, с которой человек себя идентифицирует, для сообщества в котором протекает его бытие в различных сферах жизнедеятельности, понимания её репрезентативности, степени её достоверности, способ её производства и распространения, особенностей медиаканалов – от печатных и электронных периодических изданий различного профиля до блогов и социальных сетей в интернет-пространстве.¹

Формирование информационной культуры основано на нескольких важнейших переменных, детерминированных динамикой социокультурного развития общества и личности: во-первых, наследование информационной культуры и её развитие в процессе первичной социализации человека в семье и в рамках дошкольного, школьного и дополнительного образования и приобретение навыков сетевой информационной культуры в рамках вступления в интернет-социальные сети и информационно-коммуникативного участия в них; формирование игровой информационной культуры в рамках участия в индивидуальных и сетевых игровых виртуальных практиках; знакомство и освоение моделей информационной культуры в процессе просмотра телепередач, прослушивания радиопередач, чтения литературы; во-вторых, развитие информационной культуры вторичная социализация в процессе получения профессионального образования, начала профессиональной трудовой деятельности и участия в информационно-коммуникативных сетях и игровых виртуальных практиках, межличностных коммуникаций, получения информации из средств массовой информации. В дальнейшем в зависимости от социально-ролевых позиций в различных коллективах и возможностей освоения инноваций в

¹ Фатеева И.А. Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации: монография. Челябинск, 2007; Леонтьева Л.С., Марковцева О.Ю. Медиаобразование как фактор гуманизации социальных коммуникаций // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 5 // URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=14788>.

информационной культуре происходят либо развитие, либо стагнация, либо деградация уровня информационных компетенций и информационной культуры человека в целом.

Современный россиянин одновременно вовлечён в различные социально-культурные пространства бытия: он вовлечён в социально-коммуникативные взаимодействия в актуальной реальности, подчинённой его телесности, в информационно-коммуникативное медийное пространство, которое отчасти является рефлексивным отражением актуальной реальности и реально происходящих в современном российском обществе процессов и событий, а отчасти представляет собой виртуальную социально-коммуникативную реальность, существующую в символической семиосфере массового сознания, созданную посредством использования различных информационно-коммуникативных программ и технологий: «...социальная реальность конструируется субъектом на основе смыслов и значений, заданных обществом или средой, в которой формируется сознание субъекта»¹.

В результате картина жизненного мира человека и общества, освоенное человеком социокультурное пространство представляет собой непрерывный процесс социального конструирования образов и ментальных моделей на основе символизации и означивания, перенесения значений и визуально-ментальных конструктов с известных и опознаваемых в обществе персон на сконструированные на основе виртуальной идентификации личности, формирование системы симулякров.²

Развивая и углубляя концепцию социального конструирования реальности, Дж. Сёрл, развивая теорию конструирования социальной реальности, наибольшее значение отвел свойствам номинирования и символизации в социально-коммуникативных взаимодействиях

¹ Голенко Я.Ю. Пространственно-временная организация социальной реальности в условиях информационного общества // Социология в современном мире: наука, образование, творчество. 2016. № 8-1. С. 31.

² Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М., 1995. С.88-94.

человеческого общества. Символизация является средством институционализации регулятивных функций в жизни общества.¹

При этом необходимо принимать во внимание, что «современные информационные технологии тесно связаны с семиотическими процессами смыслопроизводства»² и «повышение значимости социальных информационных процессов плюс семиотический эффект присутствия в поле виртуального пространства рождает новый экзистенциальный уровень личностной реализации, основанный на информационных виртуальных процессах».³

Концептуализируя и описывая природу симулякров, Ж. Делёз и П.Бурдые пришли к выводам о социоконструктивной природе симулякров, которые подменяют опредмеченные в духовном или материальном смысле явления многозначными, не имеющими четко очерченных границ виртуальными символическими означенными феноменами, имеющими множественные смыслы и значения.⁴ Поэтому виртуальную реальность можно представить как особым образом организованное иерархизированное пространство симулякров, являющихся порождением социального конструирования людьми окружающей социокультурной среды на основе собственных представлений о её конфигурации, устройстве и воплощении в осознаваемые ментальные модели, во многом подменяющие собой реально существующие объекты и процессы.⁵

Как полагают некоторые отечественные учёные, в процессе трансформации российского общества и, соответственно, социокультурной сферы на рубеже тысячелетий (конец XX – начало XXI века) происходит

¹ Searle J. R. The Construction of Social Reality. New York, 1995.; Searle J. R. Making the Social World: The Structure of Human Civilization. Oxford, 2010.

² Добычина Н.В. Онтология виртуального пространства: информация, символ, гипертекст // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 2 //URL: <http://science-education.ru/article/view?id=8966>.

³ Там же.

⁴ Делёз Ж. Симулякр и античная философия // Делёз Ж. Логика смысла: Пер. с фр. М., - Екатеринбург, 1998; С. 329–365; Делёз Ж. Различие и повторение. СПб., 1998. С. 93; Baudrillard J. Simulacra and Simulation. Michigan, 1994. P. 85.

⁵ Дворецкая О.В. Виртуальная реальность и симулякры // Вестник Башкирского университета. 2009. Т.14. № 4. С. 1487-1489; Белоусова Ю.В. Феномен образа: генезис, онтология, функционирование в медиапространстве. М., 2018.

«смена норм и способов общественной жизни и мышления людей, ...переоценки ценностей и переориентации жизненных смыслов»¹.

Между тем необходимо понимать, что представления об универсальных тенденциях эволюции аксиологической сферы сталкиваются с реальностью, которая свидетельствует, что «ценностные ориентации могут меняться и меняются, но продолжают отражать историческое наследие общества»². Значимую роль в аксиологической сфере жизни общества играет коллективное бессознательное, которое формирует границы и содержание идентичности, модели социокультурных практик, опирающиеся и использующие санкционированные социокультурной сферой общества модели коллективных эмоциональных оценок окружающей действительности и происходящие в ней процессы, которые в условиях развития современной информационной культуры всё более осваивают сферу виртуальной реальности.³ В результате, с одной стороны, человек моделирует и создаёт виртуальное информационно-коммуникативное пространство, наполняя его ценностными смыслами, а с другой стороны, «создаваемое человеком виртуальное информационное пространство... способно конструировать хамелеонообразную символическую реальность, определяющую возможности корректировать поведение людей с учётом разнообразия культурных образцов и систем ценностей»⁴.

Как и в актуальной реальности, информационное поле культуросферы заполняется рефлексивными фиксациями и описаниями социальных процессов и фактов, которые сочетают как объективную, так и субъективно переработанную или сконструированную информацию, которая отражает позиции акторов информационной политики и используется в качестве

¹ Павлов А.В. Логика и методология науки: Современное гуманитарное познание и его перспективы. М., 2010. С. 175.

²Инглхарт Р. Модернизация и демократия // Демократия и модернизация: к дискуссии о вызовах XXI века / Под ред. В.Л. Иноземцева, 2010 С.165-166.

³Мчедлова М.М. Социально-политические трансформации в России: концептуальные подходы к модернизации и ракурсы религиозного фактора // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2014. № 4. С. 50-58.

⁴ Стрельчук А.Р. Культурная идентификация в условиях трансформирующегося коммуникативного пространства // Вестник Вятского государственного университета. 2018. №4.С.83.

социальных технологий конструирования коллективного бессознательного и массового сознания, имплантации в него требующихся установок и моделей поведения.¹

Менталитет представляет иерархизированную систему духовных императивов, определяющих самоидентификацию в поле коллективных идентичностей, мироощущение, детерминирующее «ценностные формы сознания (философию, религию, мораль и др.) с миром психических состояний индивида, определяя тем самым целостный образ жизни человека, его ментальность как феномен культуры»².

По мнению С.В. Лурье, «под менталитетом понимается некий всегда неосознаваемый и устойчивый пласт психики, который включает в себя определенные мыслительные модели»³.

Анализируя структуру менталитета Н.С. Межалина, «основной структурной единицей менталитета следует считать архетип (в самом широком смысле этого слова). Культурные архетипы характеризуют типическое в духовном мире человека, поскольку формируются в процессе систематизации и схематизации культурного опыта. ...В менталитете неразрывно соединены все факторы человеческой жизнедеятельности. Природа его синкретична»⁴. А.К. Гирц, не без основания, считал, что основным интегрирующим фактором, определяющим границы ментального поля, является духовная социокультурная общность.⁵

На основании сказанного выше можно определить менталитет как иерархически организованную синкретическую совокупность

¹Байков Э.А. Виртуальный компонент духовного бытия общества // Вестник ОГУ.2007.№ 7, июль. С. 38 – 43.

²Ермасова А.А. Ментальность русского человека как феномен национальной культуры (философско-антропологический анализ): автореф. дис... д-ра философии: наук: 09.00.13. СПб.- Пушкин, 2007. С. 16; Turner J. Social identification and psychological group formation // The Social Dimension: Development in Social Psychology. Cambridge, 1984. V. 2. P. 536.

³Лурье С.В. Историческая этнология: учеб. Пособие для вузов. М., 2004. С. 58; Егоров Н.И. К проблеме определения границ предметно-понятийного поля терминов «ментальность» и «менталитет»: этнокультурологический аспект // Чувашский гуманитарный вестник. 2014. № 9. С. 10 – 35.

⁴Южалина Н.С. Менталитет как социокультурный феномен // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2005. № 2 (8). С. 111. – С. 107 – 119.

⁵ Geertz C. The integrative revolution: primordial sentiments and civil politics in the new states // Old Societies and New States: The Quest for Modernity in Asia and Africa. New York, 1963. P. 110.

бессознательного и сознательного, основанную на систематизации и рефлексивном отборе в результате социокультурных практик в ходе исторического развития этнокультурного сообщества, включающую универсальные и культурные архетипы, неоархетипы, возникшие в процессе адаптации архетипов к изменяющейся реальности, неотипы, являющиеся результатом социального конструирования и стереотипы, которые представляют собой ментальные модели, содержащие нормативно-ценностные оценки и фреймы социальных практик.¹

Менталитет представляет собой социокультурную «рамку», определяющую нормативно-ценностные установки, которые содержатся в коллективном бессознательном и используются в конкретном обществе как социально регулируемой системе.

При этом следует иметь в виду, что, как справедливо подметил Э.Гидденс, акторы социальных процессов в ходе практики и формируют своё сознание, и участвуют в формировании социальной реальности.² К. Гиртц, рассматривал культуру как «стратифицированную иерархию структур, состоящих из актов, символов и знаков». Декодировка этих актов, символов и знаков, образующих повседневные типизированные людские практики, «интерпретация паутины значений», которую сам индивид сконструировал, выступает у К. Гиртца способом познания.³ Тем самым К. Гиртц акцентировал внимание на роли индивида в социальном конструировании воспринимаемой человеком реальности.

Позднее П. Бурдьё всё же выделил связь между ментальными и социальными структурами, полагая, что ментальные структуры реализуются на практике в рамках, заданных социальными структурами.⁴ В центре внимания П. Бурдьё находится именно практика как центральное звено неотрефлексированного социального опыта. Развивая это методологическое

¹ Bell D. Cultural Contradictions of Capitalism. New York, 1976; Lippmann W. Public Opinion. New York, 1922. P. 67 – 82.

² Giddens A. The Construction of Society: Outline of the Theory of Structuration. Berkeley, 1984. P.2.

³ Гиртц К. Интерпретация культур. М., 2004.

⁴ Bourdieu P. Reproduction in Education, Society and Culture. London, 1990. P.14.

основание своего научного анализа, П. Бурдьё сформулировал теорию габитуса, стремясь рассматривать его как «присвоенное внешнее», «инкорпорированное в тело» и «ставшего внутренним». П. Бурдьё называет свой подход «конструктивистским структурализмом».¹ Методологический подход к повседневности П. Бурдьё опирается на концепт габитуса как совокупности систем существующих на значительном временном протяжении мыслительных структур, детерминирующих повседневное поведение человека в рамках сообщества. Габитус формирует и организуют практики и представления: «Объективно «регулируемые», но не являющиеся продуктом подчинения правилам, они могут быть коллективно оркестрованы, не будучи продуктом организующего действия какого-либо дирижёра».²

Габитус порождается объективно существующими в повседневной жизни социокультурными структурами и воспроизводит их в ментальной и поведенческой сферах деятельности человека.³ П. Бурдьё определял габитус как своего рода программу «в том значении, в каком о программе говорят в информатике».⁴ Габитус, согласно концептуальному подходу П. Бурдьё, является как практикой предшествующих поколений, так и практикой ныне живущего поколения. Наряду с этим он генерирует новые практики, отражающие динамику окружающих социальных и природных условий. Тем самым П. Бурдьё существенно расширил границы возможностей ментального и практического конструирования жизненного мира, придав им многоуровневый и системный характер.

В рамках структуралистского конструктивизма Э. Гидденс выдвинул идею диалектического двуединства деятельности и структуры: «Структура не является чем-то «внешним» по отношению к индивидам: будучи своего рода отпечатками в их памяти и проявляясь в социальной практике, она представляется скорее «внутренней», нежели внешней (как это считал

¹ Mahar C., Harker R., Wilkes C. The basic theoretical position // An Introduction to the Work of Pierre Bourdieu: The Practice of Theory. New York, 1990. P.24.

² Bourdieu P. The Logic of Practice. Stanford, 1990. P. 53.

³ Waters M. Modern Sociological Theory. London, 1994. P.12.

⁴ Бурдьё П. Социология политики. М., 1993. С. 123.

Дюркгейм) по отношению к их деятельности».¹ Тем самым, по мысли Э.Гидденса, деятельность индивида в сообществе протекает в рамках порожденных этим сообществом структур, содержащихся в форме моделей поведения в сознании конкретных людей. Э. Гидденс исходит из аналитической первичности «социальных практик» относительно общественных систем, что позволяет концептуализировать социальную жизнь как сплетение социальных практик, непрерывность существования индивидов в конкретных контекстах.²

Концепт *символический интеракционизм* был введен в научный оборот в 1937 году Дж. Г. Мидом, который в известной степени опирался на психологический бихевиаризм, во главу угла ставивший наблюдаемое поведение индивидов, то есть повседневность. Для радикальных бихевиаристов во главе с Дж. Б. Уотсоном скрытые мыслительные процессы не имели существенного значения, в то время как Дж.Г. Мид придавал им важное значение: «Для Мида единицей исследования является действие, содержащее как явные, так и не скрытые аспекты человеческого поведения... Внимание, восприятие, воображение, рассуждение, эмоция и т.д. рассматриваются как элементы действия... таким образом, действие включает целостный процесс человеческой деятельности».³ С точки зрения Дж. Г. Мида, социальная группа представляет собой «заданное социальное целое сложной групповой деятельности».⁴ Ключевой категорией при этом выступает у Дж.Г. Мида «жизненные обычаи сообщества», которые представляют собой коллективный отклик сообщества на происходящие события и действия индивида, стремящегося к адаптации к сложившимся в сообществе жизненным обычаям с помощью самости индивида, отраженного в его «Я» – *I* и *me*.⁵ В то время как индивидуальный личностный потенциал выражается в *I, me* с помощью социального контроля сообщества над индивидуальным в человеке

¹ Там же. С.70.

²Фурс В.Н. «Критическая теория позднего модерна» Энтони Гидденса //URL: <http://knowledge.isras.ru/-01furs.html> .

³ Meltzer B. Mead's Social Psychology // Manis J., Meltzer B. (Eds.). Symbolic Interaction: A Reader in Social Psychology. 3rd ed. Boston, 1978. P.23.

⁴ Mead G.H. Mind, Self and Society: From the Standpoint of a Social Behaviorist. Chicago, 1962. P.7.

⁵ Idem. P.261, 264.

обеспечивает с помощью символических интеракций принятие обобщённого другого, т.е. повседневных норм жизни общества.¹ По мысли Дж. Г. Мида, общество представляет собой упорядоченный набор вариативных реакций индивидов в форме *me*.² В свою очередь «целое сообщество в определенных обстоятельствах действует по отношению к индивиду одинаковым образом... при этих условиях со стороны целого сообщества наблюдается идентичный отклик. Мы называем это формированием института».³ Однако Дж. Г. Мид различает в социальной жизни два уровня взаимодействия – несимволические интеракции, характеризующиеся отсутствием мышления, и символические, подразумевающие активность мышления.⁴ Что касается несимволических интеракций, то вряд ли их целесообразно выносить за скобки мышления индивидов. При этом необходимо иметь в виду, что практически все человеческие действия, включая и «инстинктивные», детерминированы и управляются деятельностью человеческого мозга.⁵

В работах Дж. Г. Мида сложились основные черты теории, названной теорией символического интеракционизма. Согласно этой теории: 1) люди, в отличие от животных, способны мыслить; 2) способность мыслить формируется в результате социальных взаимодействий людей в повседневной жизни; 3) в рамках социального взаимодействия индивиды создают и усваивают значения и символы, позволяющие им осуществлять мыслительную деятельность и социальные взаимодействия; 4) на основе анализа и интерпретации ситуации индивиды способны модифицировать или изменять значения и символы; 5) эти изменения возможны на основе оценки и выбора вектора последующих действий.⁶

В соответствии с теорией символического интеракционизма, «люди

¹ Mead G.H. *Mind, Self and Society*..., P.167-168, 175, 197.

² Idem. P.167.

³ Idem.

⁴ Blumer H. *Symbolic Interaction*. EnglewoodCliffs, 1969. P.11.

⁵ Каган М.С. *Человеческая деятельность (опыт системного анализа)*. М., 1974; Леонтьев А. Н. *Деятельность. Сознание. Личность*. М., 1975; Мальковская И.А. *Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы*. Изд.3-е. М., 2008.

⁶ Rose A. *A Systematic Summary of Symbolic Interaction Theory* // Rose A. (Ed.). *Human Behavior and Social Processes*. Boston, 1962. P.49.

способны создавать новые значения и новые границы».¹ Эту способность людей к конструированию социальной реальности акцентировали в своей концепции определения ситуации Уильям и Дороти Томас: «Если люди определяют ситуации как реальные, то они реальны по своим последствиям».²

Развил идеи символического интеракционизма И. Гофман. Раскрывая роль бессознательного в форме фреймов в работе «Анализ фреймов» И. Гофман указал, что: наделяя происходящее значениями, фреймы ориентируют социальные практики как отдельных людей, так и людских сообществ.³ И.Гофман особо выделял роль целеполагания в использовании фреймов.⁴ При этом обыденная актуальная реальность рассматривается И. Гофманом «не как обособленная сфера жизни, противостоящая другим сферам, а лишь как один из возможных миров», который можно трансформировать с помощью изменения поддерживающих пространственно-временные ритмы повседневности ритуалов, например, переформатировав социальные роли акторов в социальном взаимодействии.⁵

Фактически во всех трёх направлениях исследования учёные исходят из одного общего допущения, что актуальная реальность предстаёт перед нами лишь как один из сосуществующих здесь и сейчас миров, в которых человек реализует различные социально ролевые сценарии. С учётом развития концепта виртуальная реальность это обретает особый смысл, поскольку в настоящее время виртуальная реальность трансформировалась в обыденную в ряде сообществ практику, придав мифологии, присутствующей в обыденном мышлении, новые импульсы развития.

Коллективное бессознательное, дополненное сложившимися в ходе исторического процесса и контактов и кросс-культурными взаимодействиями

¹ Manis J., Meltzer B. (Eds.). Symbolic Interaction; Manis J.G., Meltzer B.N. Symbolic Interaction: A Reader in Social Psychology. Boston, 1978 P.7.

² Thomas W.I., Thomas D. S. The Chirica: Behavior Problems and Programs.- New York: Knopf, 1928. P.214.

³ Snow D. Frame Alignment Processes, Micromobilization and Movement Participation // American Sociological Review. 1986. № 51. P. 464.

⁴ Гофман И. Анализ фреймов... С.35.

⁵ Там же. С. 681.

с другими народами стереотипов, образует менталитет как своеобразную контаминацию коллективного бессознательного, представленного архетипическими и неоархетипическими образами и социальными ментальными конструктами в форме неотипов и динамично меняющихся в рамках социокультурной эволюции стереотипов и моральных установок.

Согласно методологическому подходу З. Фрейда, менталитет представляет собой упорядоченную совокупность психографического, опытно-интуитивного и эмоционального опыта людей, представляющих сложно организованную систему бессознательного и сознательного в психике человека.¹ Менталитет, опираясь на накопленный отрефлексируемый опыт, определение и атрибуцию ситуаций, усвоенные из прошлого и вновь сформированные стереотипы, символизацию процессов и явлений, проявляется в паттернах социального поведения в упорядоченной системе терминальных и инструментальных ценностей, разделяемых в данном сообществе.²

Как полагает Н.И. Лапин, общность исторической судьбы народа дополняется духовными скрепами, которые представляют собой духовные ориентиры человека в обществе, с которыми он и сообщество людей, с которым он себя идентифицирует, соотносит свои действия.³

Рассматривая культуру как «форму трансляции социального опыта, через освоение каждым поколением не только предметного мира культуры, но и культурных ценностей, образцов поведения».⁴ При этом бессознательное выполняет роль стабилизатора в динамично изменяющемся окружении, обеспечивая передачи культурных норм посредством традиций, подкреплённых паттернами ритуально-символических форм воспроизводства социокультурных моделей поведения людей.

¹Фрейд З. Психология бессознательного. Сборник произведений. М. Просвещение. 1989.

² Psychoanalysis and Culture at the Millennium /Ed. by N. Ginsburg and R.Ginsburg. NewHaven–London, 1999.

³ Динамика ценностей населения реформируемой России. М., 1996. С.3.

⁴ Raven B.H. Social influence and power /B.H.Raven // Steiner I.D., Fishbein M.(Eds.). Current studies in social psychology. New York, 1965 P. 376.

Как справедливо писал А. С. Панарин, системообразующими элементами культуры являются три подсистемы: система верований – система ценностей – система норм, которые выполняют роль дифференцирующего элемента, призванного подобно институту церкви «освящать и отлучать, возвеличивать и дискредитировать, поощрять и осуждать».¹ Названные подсистемы образуют психографические основания коллективного бессознательного, которое выступает в качестве векторного ядра массового сознания, направляя весомую долю социальной активности людей и их поведенческие модели в русло опривыченного традиционного («привычка свыше нам дана...»).

Поэтому менталитет или общий профиль коллективного бессознательного предстает перед нами как «общее, лежащее в основе сознательного и бессознательного, логического и эмоционального, т.е. глубинный и поэтому трудно фиксируемый источник мышления, идеологии и веры, чувств и эмоций».² В этом общем логика действий вытекает преимущественно из бессознательного, опираясь не столько на ситуативную рациональность, сколько на следование исконно заведённому и отложившемуся в массовом сознании в форме традиций порядку.

Ментальность как поле коллективного бессознательного, ограниченное историческим опытом развития культурных форм и норм в рамках конкретной исторической общности людей, существует в виде укоренённой в данном сообществе триады: ситуация – чувство – действие. Эта триада и укоренена в культурном архетипе цивилизации, который является формой бытия коллективного бессознательного, интегрирующей различные архетипические образы – от универсальных общечеловеческих до локально-общественных, присущих только культуре конкретной цивилизации.

Многосоставные общества можно охарактеризовать и как общества конгломеративного устройства, в основании которого прослеживается «длительное сосуществование и устойчивое воспроизводство пластов

¹ Панарин А.С. Глобальное политическое прогнозирование в условиях стратегической нестабильности.. М., 1999. С.12

²Дзялошинский И. Российский журналист в посттоталитарную эпоху. М., 1996. С.104-105.

разнородных моделиобразующих элементов и основанных на них отношений. Эти пласты образуют внутри общества отдельные анклавы, эффективность организованности которых позволяет анклавам выживать в рамках обрамляющего общества-конгломерата, сохраняя между собой неизменные и мало изменяющиеся пропорции», что, как ни парадоксально, и является основанием разнообразия многосоставных обществ и одновременно источником их поступательного, хотя и неравномерно распределённого по составляющим его сегментам (или анклавам), развития.¹

В результате поступательного, хотя и неравномерного в различных её сферах, развития культуры в коллективном бессознательном происходят изменения, которые адаптируют архетипические образы к вновь произошедшим историческим событиям и новым технологиям, что приводит к возникновению и развитию неоархетипов, сохраняющих нормативно-ценностное ядро, но видоизменяющее отдельные элементы содержания и форму его репрезентации.

Российский социолог Т.М. Дридзе концептуально обосновала модель иерархической упорядоченности многомерности воспроизводства социокультурной жизни человека, включающую три основных системообразующих фактора: материально-предметную деятельность, коммуникацию и рефлексию.²

Первичный уровень этой модели предполагает осознание человеком своей материально-предметной деятельности в процессе социокультурного воспроизводства и коммуникативная деятельность в связи с этими процессами воспроизводства.

Далее располагается более высокий уровень социокультурной деятельности, в котором культура реализуется как система нормативно-ценностного регулирования в процессах социокультурного воспроизводства и социальной коммуникации.

¹Богатуров А.Д., Виноградов А.В. Анклавно-конгломеративный тип развития. Опыт транссистемной теории // Восток-Запад-Россия. Сборник статей. М., 2002. С.112.

²Прогнозное социальное проектирование: теоретико-методологические и методические проблемы / Отв. Ред. Т.М. Дридзе. Изд.2-е испр. и доп. М.: 1994. С.32-34.

А на высшем уровне воспроизводства социокультурной сферы происходит институционализация сложившихся нормативно-ценностных регулятивов и имплантация их в коллективное бессознательное массового сознания.

Как справедливо, по мнению диссертантки, отмечал А.А. Леонтьев, люди в своём сознании формируют образ окружающего мира, наряду с принятием представлений об образе мира других людей, который они принимают за объективную реальность.¹

Образ или картина мира структурно состоит из образа действительности, структуры ценностей и совокупности вариативных паттернов социальных действий, которые состоят из ситуационно разнообразных сценариев и схем, как правило, имеющих эмоциональную составляющую, придающую детерминантные импульсы практическому поведению и позволяющие выстроить оценочные шкалы семантических означиваний в рамках использования метафорических формул для реализации процесса семантического переноса или категоризации явлений и событий (например, означивание исторического прошлого – «золотой век», означивание неуспешного сценария развития событий – «уже ставшая традиционной неудача»).

В силу того что архетип (как и архетипический образ) состоит из ценностно-смыслового ядра и периферийного окружения, состоящего из символизированных представлений из различных областей жизни: «представления могут значительно отличаться деталями, но идея, лежащая в основе, остаётся неизменной».²

Архетип представляет собой синкретическое единство ретранслируемого образа и продуцируемых в конкретном социокультурном

¹ Леонтьев А.Н. Языковое сознание и образ мира // Язык и сознание: парадоксальная реальность. М., 1993. С.18; Ярцева К.В. Понятие «Картина мира». Адаптивная функция картины мира // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2010. №4 // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-kartina-mira-adaptivnaya-funktsiya-kartiny-mira>.

² Юнг, К. Г. , Хендерсон, Д. Л. [и др.] Человек и его символы / под общ. ред. С. Н. Сиренко. М., 1997. С.66.

контексте эмоционального наполнения образ, приобретая в восприятии людьми «трепетность, динамизм и значимость», различаясь в рамках различных культурных полей деталями.¹

Информатизация и медиатизация современного общества привели к повышению роли образов в восприятии образа мира в целом и жизненного пространства конкретного человека и сообщества, к которому он себя относит, в частности. Произошла симулякризация современного медийного мира, в информационной культуре которого сложилось синкретическое единство актуальной реальности и сконструированных фантомных структур, созданных с целью социально-информационного конструирования синкретической картины мира для имплантации ее в массовое сознание.²

В современной культуре феномен симулякров и симуляции, пронизывая все сферы (формы) общественного сознания, включает в себя широчайший класс объектов и явлений: слова, образы, вещи, события и пр.».³ Вариативность смыслов и коннотаций симулякров позволяет в условиях современной потоковой информационной культуры варьировать придаваемое значение продуцируемыми симулякрами образов, что позволяет использовать их в различных сферах современной массовой культуры.⁴ По мнению Ж. Бодрийяра, «мы живём в постоянном воспроизведении идеалов, фантазмов, образов, мечтаний», воспроизводимых с помощью современных информационно-коммуникативных технологий.⁵ Симулякры придали современной культуре и современному массовому сознанию статус игровых практик с постоянно меняющимися правилами и статусами.⁶ А это, в свою

¹ Там же. С.95.

² Делёз Ж. Логика Смысла. М.; - Екатеринбург, 1998. ;Найденко Е.А. Симулякры Делеза // Культурная жизнь Юга России. 2018. № 1 (68). С.23-26.

³ Гусева Е.С. Новые мифологемы современного сознания: симулякры (к проблеме деструкции бинаризма) // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Психология.2011. Т.5.№ 2.С.65.

⁴ Трегубенко Л.Е. Симулякры в проблемном поле рекламной коммуникации // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки. 2014. № 4.С.43.

⁵ Бодрийяр Ж. Симуляция и симулякры // Современная литературная теория: антология / сост. И.В. Кабанова. М. , 2004. С. 258–271

⁶ Страшнов В.С. Антропология игры и реальности с точки зрения современной культуры // Религиозно-философская антропология: христианская традиция и вызовы современной эпохи. Нижний Новгород: Религиозная организация – духовная образовательная организация высшего образования

очередь, актуализировало обращение к архетипическим и неархетипическим основаниям коллективного бессознательного, как средству стабилизации социокультурных норм в современной информационной культуре и обществе в целом.

Как отмечают современные исследователи российской массовой культуры «Homo mobiludens» («человек играющий мобильный». – *О.В.*) создал и постоянно живет в огромном количестве знаков, образов, символов, формирующих его реальность как гиперреальность массовой коммуникации, воспринимаемой как спектакль, ... формируют культуру, где симулякр как модель, видоизменяющаяся в зависимости от цели применения, и полионтологичность создают множественную реальность».¹ Как справедливо отметил С.В. Герасимов, «социальная реальность теперь состоит из множества различных реальностей, представляющих собой систему связанных и коммуницирующих между собой пространств: социального, научного, политического, культурного, военного, делового, фэнтезийного и прочих. Каждая из реальностей, подобно матрёшке, состоит из целого комплекса составных реальностей и, расщепляясь далее, представляет собой сложную рекурсивную конструкцию».²

Рассматривая функции социального конструирования, П. Бергер и Т. Лукман описали процесс институционализации в универсуме культуры мифологических представлений, которые используются для создания общего контекста представлений о социокультурных явлениях с использованием существующих архетипических образов, выработки канонов и ритуалов идентичности, символически соединяющих существующее с воображаемым, придание метафорическим системным элементам социального конструкта

«Нижегородская духовная семинария Нижегородской Епархии Русской православной церкви (Московский патриархат)», 2019. С.126 – 135.

¹ Беяева Л.А., Новикова О.Н. «Человек играющий» в эпоху постмодерна // Идеи и идеалы.2018.Т.2. № 3 (37).С.85.

² Герасимов С.В. Событийное конструирование реальности: социально-политические возможности // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2019. Т.9. № 1 (37). С. 52.

нормативно-ценностного статуса и закрепление его с помощью ритуалов, соединяющих сакральное и профанное.¹

В своё время в небольшой по объёму, но теоретически очень содержательной статье об искусственной составляющей культуры Н.К. Иконникова заострила внимание на неравновесном состоянии баланса технизации и утилитарности культуры, с одной стороны, и символизации и эстетичности – с другой.² Причём она подчеркнула, что, опираясь на традиционные основания и используя традицию культурного наследования, культура с помощью акторов социокультурных процессов и институтов, применяя нормативно-ценностные регулятивы в качестве инструментария достижения терминальных ценностей в конкретной исторической ситуации, де-факто программирует будущее.³ Коллективное бессознательное, формируя представления о процессах и явлениях, создаёт установки для целеполагания и целедостижения.⁴

Социальное конструирование осуществляется с использованием символизации и означивания процессов и явлений. Создаваемая и воспроизводимая социальная символическая конструкция, в свою очередь, оказывает воздействие на социум, направляя его к сформулированным и воплощаемым в реальность терминальным целям, отражающим терминальные ценности.⁵ Причём проблемы соотнесения реальности актуальной и социально сконструированной реальности решаются в социально-коммуникативном поле, где основным показателем принятия сконструированной реальности является принятие этой реальности

¹ Селецкий Р.И., Клюев Д.Ю. Медиа и конструирование социального опыта: траектории развития // Социокультурные среды и коммуникативные стратегии информационного общества Труды Международной научно-теоретической конференции 28–31 октября 2015 года. Ответственный за выпуск: О.Д. Шипунова. СПб., 2015. С. 254 – 260

² Иконникова Н.К. Ещё раз об искусственности, латентности и социальности культуры // Личность. Культура. Общество. 2009. Т.11. № 1 (46-47). С. 122.

³ Там же. С.126.

⁴ Швец Д.А. Феномен социального представления в контексте анализа бессознательного // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные. Гуманитарные. Медико-биологические науки. 2011. Т. 13. № 2 – 3. С.631 – 634.

⁵ Калинин А.А. Конструирование социальной реальности: социолингвистический аспект // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2015. Т.15. № 4. С. 53.

социумом.¹ Как писал А.С. Кармин, «культура – это мир социальной информации, которая сохраняется и накапливается в обществе с помощью создаваемых людьми знаковых средств... культура выступает как своего рода информационное обеспечение общества во всех областях его жизни».²

Но социально конструируемым смыслам и ценностным установкам, складывающимся в процессе социального конструирования, противостоит поддерживающая традиционные аксиологические основания саморегулирующаяся целостность социокультурной подсистемы многоуровневой социальной системы, которая, упрощая и ритуализируя существующие в обществе ментальные установки, стремится к сохранению автопоэзийности системы данного общества в целом, в том числе и в ряде случаев его архетипических оснований.

Виртуальная реальность в современном обществе создаёт благодатную почву для массового мифотворчества, которое, перетолковывая события и факты прошлого, исключает из массового сознания исторические традиции и образы и имплантирует в него социально сконструированные симулякры, моделирующие прошлое в мифологизированном виде. А это, в свою очередь, позволяет не только активно использовать архетипические и неархетипические образы, но и создавать изоморфные им по структуре и сюжетам неотипические образы, особенно в сферах жизни, которые активно используют новые технологии и инновационные социальные практики.³

Создавая в массовом сознании мифологизированные картины «нового прошлого», вытесняя преемственность культурного наследия и исторических традиций, социальные конструкторы, работающие в сфере «мягкой силы», продуцируют изменения социокультурной идентичности целевых аудиторий, на которые они воздействуют, используя при этом низкий уровень

¹ Калинин А.А. Конструирование социальной реальности: социолингвистический аспект // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2016. Т.16. № 2. С.183-185.

² Кармин А.С. Философия культуры в информационном обществе: проблемы и перспективы // Вестник РФО. 2005. № 2. С. 52.

³ Зобов Г.А., Келасьев В.Н. Мифы российского сознания. СПб., 1995. С.24.

информационной культуры широких слоёв населения. Этому способствует бурное развитие информационных технологий, медиаактивности в сети Интернет и социальных сетях и активное внедрение манипулятивных приемов в информационное пространство (фактоиды, фейк-ньюс, навязывание повестки дня).

Процессы глобализации и наличие в них доминирующего центра в лице США в условиях асимметричного распределения информации и углубляющегося неравенства доступа к материальным и нематериальным ресурсам и капиталам сформировали возможности производства и широкого распространения метатекстов, содержащих глобалистские латентные ценностные установки, опирающиеся на ценностные основания англосаксонской цивилизации. Они активно подкрепляются рекламной индустрией и социальными сетями. А современное медиапроизводство массово использует технологии редукционизма, пропагандирующие культ первичных человеческих потребностей, конфликтность в традиционных нормативно-ценностных моделях поведения и толерантность в различного рода социальных дисфункциях.¹ Желание следовать за преобладающими трендами индивидуализации, сакрализация вещей в современной рекламе и в культуре потребления направлено на гибридизацию российской культуры при доминанте ценностных смыслов индивидуалистских культур цивилизаций Запада. Поколение людей, рождённых на рубеже тысячелетий (возрастные когорты от 15 до 35 лет), которые в современных гуманитарных науках называются миллениалы, «определяется сетевым характером социализации и влиянием киберкультуры вследствие инкультурации данного поколения в виртуальную реальность»² Они являются носителями киберкультуры, выбирающими коммуникативные взаимодействия «в

¹Ерофеева И.В. Аксиология медиатекста в российской культуре (ценностная рефлексия журналистики начала XXI века). Чита, 2009. С.152.

²Зубарева С. С. Культурная идентичность современной молодежи в контексте общества потребления // Гуманитарий Юга России. 2018. Том. 7. № 4. С.137.

виртуальном пространстве: на социальных медиаплатформах, сайтах, в блогах и интернет-журналах».¹

Анализ проведённых учёными Института социологии РАН социологических мониторинговых исследований показал значимые изменения в нормативно-ценностной системе российского общества после распада СССР в 1991 году.

На рубеже 1980–1990-х годов в российском обществе произошла деградация социально сконструированной картины итога развития советского общества – общества коммунизма, предтечей которого был в начале 1970-х годов объявлен этап «развитого социализма» как прообраз будущей победы «коммунизма», сконструированной политиками и обществоведами модели бесконфликтного общества социальной справедливости. Под влиянием демифологизации советского коммунистического проекта произошла трансформация общественного сознания и возник раскол в системе инструментальных и терминальных ценностей носителей массовой культуры российского общества: «...в современном российском обществе распалось единое нормативно-ценностное ядро, представленное базовыми для всех культур, называющих себя цивилизованными, нормами и традиционными для русской культуры ценностями».²

С одной стороны, произошла «реанимация многих архетипов, входящих в социокультурный код российской нации», которые составляют традиционно-архетипическое в коллективном бессознательном, а с другой – формируемые в обыденном бытовом сознании утилитарные потребительские ценности, которые явились продуктами «эпохи «потребительской революции», частной жизни и личных интересов».³

¹ Там же.

² Возьмитель А. А. Образ жизни: от советского к российскому // Россия реформирующаяся: Ежегодник-2011 / Отв. ред. академик РАН М. К. Горшков. Вып. 10. М.; - СПб., 2011. С. 288.

³ Горшков М.К. и др. Российское общество и вызовы времени. Книга пятая / ред ред. М.К. Горшкова, В.В. Петухова. М., 2017.С. 242 – 244.

Это явилось отражением основного аксиологического противоречия современного российского общества между социальным консерватизмом, опирающимся на традиционные социокультурные архетипические и неоархетипические основания и индивидуалистски ориентированными принципами «эгоистического самоутверждения», в рамках которого человек «готов к развитию, самосовершенствованию и созданию чего-то нового, но – в отрыве и даже, возможно, противопоставляя себя любым социальным ограничениям».¹ Этой социокультурной тенденции способствуют конструируемые в массовой культуре (в шоу, массовых зрелищах, ориентированных на массовую аудиторию спортивных соревнованиях, средствах массовой информации, коммерческой рекламе и интернет-социальных сетях) неотипы как структурные элементы современного коллективного бессознательного массового общества. С точки зрения социокультурных характеристик российского общества, несмотря на существующий ценностный раскол и наблюдающийся дрейф в сторону индивидуализации, архетипы и неоархетипы воспроизводятся в рамках социальной «целесообразности, практической и духовно-нравственной полезности».² При этом следует иметь в виду, что архетипические образы, как правило, в условиях трансформации российской культуры и социума в целом приобретают вид неоархетипических образов, будучи адаптированными к произошедшим изменениям.

В массовом сознании россиян, «традиция – это не архаика, а то, что воспроизводится в конкретно-исторических условиях жизни общества и социальных групп в силу своей целесообразности, практической и духовно-нравственной полезности», потому что отрефлектировано и отобрано исторически массовым сознанием.³ Как писал Г. Зиммель, «традиция – поразительное и создающее, собственно говоря, всю культуру и духовную жизнь человеческое явление, посредством которого содержание мышления,

¹ Там же. С. 245

² Там же. С.382.

³ Там же.

деятельности, созидания, а также чувствования становится самостоятельным по отношению к своему первоначальному носителю и может передаваться им дальше как материальный предмет»¹ или, уточним, как объект культурного наследия, существующего в объективной социокультурной реальности. Так, например, неизменным ядром традиционных ценностей в российском обществе выступают семья и работа, которые неизменно занимают высшие позиции в рейтинге ценностей, несмотря на происходящие в обществе изменения.² Около 70% респондентов, представляющих различные социальные слои российского общества, выделили значимость в своей жизни семьи.³

Развитие массовой, в том числе массовой потребительской, культуры, обусловлено вживанием в ценности общества модерна контаминированных с ценностями постмодерна и формирующегося информационного общества, например в сфере развития современных информационных технологий и, соответственно, современной информационной массовой культуры.

В российском обществе под влиянием средств массовой информации и распространением информации в трансконтинентальной сети «Интернет» произошла имплантация в российскую культуру «чуждых ей норм и ценностей... с помощью так называемой хронополитики – основанная на подмене упорядочения социокультурного пространства/времени организация, процессы непрерывных изменений конгломеративного характера движения, миксующего различные эпохи, культуры и социокультурные ценности.⁴ В результате в коллективном бессознательном складывается мозаичная картина, в которой представлены различные системы нормативно-ценностных ориентаций, отражающие

¹Зиммель Г. К вопросу о философии истории // Зиммель Г. Избранное. Т. 1. Философия культуры. М., 1996. С. 535.

²Возьмитель А. А. Образ жизни: от советского к российскому...С.288; О чем мечтают россияне. Идеал и реальность. М., 2013. С. 131.

³Бызов Л. Г. Представления и мечты россиян об устройстве России через призму ценностных и идейных противоречий общества // Россия реформирующаяся. Вып. 11: Ежегодник/ Отв. ред. М. К. Горшков. М., 2012. С. 156.

⁴Возьмитель А. А. Образ жизни: от советского к российскому...С.281-302.

конгломеративный характер современного многосоставного российского общества и его социокультурной сферы.¹ Эти незавершённые социокультурные процессы развиваются на фоне стремительной трансформации городской культуры российского общества, обусловленной массовым притоком в города недавних сельских жителей, расставшихся с сельской традиционной циклически организованной культурой, но не освоивших в полной мере городской культуры и оказавшихся в промежуточно-переходном состоянии. Именно поэтому в современном российском обществе, превратившимся преимущественно в городское по пространственно-поселенческой локализации, столь выраженными оказались неoarхетипические формы коллективного бессознательного, адаптирующие традиционные, основанные на природных ритмах архетипические образы к новым условиям повседневности и досуговой деятельности в условиях культурного многообразия городской среды.²

Современное российское общество выступает в качестве наследователя предконструктивной культуры современности, которая была создана предшествующими поколениями в процессе культурогенеза и кросс-культурных взаимодействий различных культур в рамках историко-культурного процесса развития общества.³ Социальное конструирование социокультурной сферы осуществляется по бинарной модели: в виде социально-ролевых позиций в рамках социальной структуры общества, принимающих в современном обществе структуру сети и дифференцирующих социально-коммуникативное поле взаимодействий, и в виде приписанных этим социально-ролевым позициям совокупности моделей социальных диспозиций, детерминирующих деятельность этих акторов в процессе социально-коммуникативных взаимодействий, или габитус.⁴

¹Бызов Л. Г. Представления и мечты россиян об устройстве России ...С. 143.

²Тихонова Н. Е. Социальная модернизация и перспективы культурной динамики в России // Россия реформирующаяся: Ежегодник-2011 / Отв. ред. академик РАН М. К. Горшков. Вып. 10. М.- СПб., 2011. С. 125.

³Коркюф Ф. Новые социологии. М.- СПб., 2002. С.24-26 - 172 с.

⁴Бергер П., Бергер Б.Социология: Биографический подход // Личностно-ориентированная социология / Пер. с англ. В. Ф. Анурина. М., 2004.С.32-33.

Конструируемые людьми социокультурные практики являются результатом активной культуротворческой деятельности людей, детерминированной существующими социальными институтами и нормативно-ценностными регулятивами, воспроизводимыми в данной культуре. При этом, как указывал Э. Гидденс, в силу неполноты информации у конструирующих социокультурную реальность в рамках своей культуротворческой активности людей, с одной стороны, субъективности подходов к выбору векторов дальнейшей деятельности в условиях перспективы многовариантности развития событий и процессов – с другой стороны, и наличия неконтролируемых детерминирующих факторов – с третьей стороны, процесс социального конструирования и его последствия реализуются в условиях неопределенности и рисков.¹

Когда переформатированные или вновь созданные социокультурные конструкты становятся устойчивыми и приобретают статус принимаемых всеми социокультурных институций, «врастая» в социокультурную ткань общества, происходит их отделение от создателей или «реификация», завершающая процесс объективации, «благодаря которой объективированный мир перестаёт восприниматься как человеческое предприятие и за ним закрепляется качество нечеловеческой, дегуманизированной и инертной фактичности».² В результате «общество «навязывает» акторам доминирующие ценностные ориентации и образцы, которые усваиваются ими в процессе социализации (интернализации) и воспринимаются в большинстве случаев как «само собой разумеющиеся».³

Возведённые в ранг «естественного» и «само собой разумеющегося» рутинного поведения в результате опривычивания и выбора наиболее прагматических форм социокультурного поведения, первоначально сконструированные под влиянием социокультурных практик нормы как

¹Гидденс Э. Устроение общества: Очерк теории структуриации / Пер. с англ. И. О. Тюриной. 2-е изд. М., 2003.

²Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности... С. 147.

³Девятко И.Ф. и др. Нормы и мораль в социологической теории: от классических концепций к новым идеям: [монография] / Отв. ред. И.Ф. Девятко, Р.Н. Абрамов, И.В. Катерный. М., 2017. С.66.

регулятивные модели социокультурной активности в рамках обыденной жизни (в отличие от производственных практик, обусловленных технологиями производственных процессов и поэтому изменяемые только вместе с изменением технологий) порождали традиционные модели, в которых и формировались архетипы и архетипические образы как ментальные источники снижения уровней риска в социально-коммуникативной деятельности людей. Этому способствовали и крайне медленные изменения в технологиях воспроизводства.

Но с течением времени, в эпоху индустриального массового производства новых товаров, имеющих принципиальные инструментальные отличия от существующих традиционных и генерирующих новые социокультурные практики и сферы их приложения, в эпоху стремительно меняющихся технологических укладов существующих архетипических образов, даже модифицированных в форме неоархетипов, адаптированных к многообразию моделей стиля жизни и значительной дифференциации обществ и культур, возникла потребность в существенном дополнении ограниченного набора архетипов, сложившихся в ранние периоды человеческой истории. Поэтому создаются симулякры архетипов и неоархетипов в виде неотипов, содержащих социокультурные модели социально-коммуникативного поведения, которые до этого не встречались в обыденных социокультурных практиках. В силу своей симулякративной природы они не могли не быть социально конструируемыми по своей природе и манипулятивными по своей инструментальности и методам воздействия на коллективное бессознательное.

Однако совершенно очевидно, что социальное конструирование гибридных аксиологических оснований культуры новых горожан происходит в условиях постоянных столкновений с глокализованной культурой инновационно ориентированной части «коренного» с точки зрения принадлежности к городской культуре не в первом поколении городского населения, которое наряду с неоархетипическими образами активно

усваивает неотипические образы и модели поведения. Основными объектами имплантации неотипических установок коллективного бессознательного в рамках массовой культуры является наиболее активная в социальном плане и наименее устойчивая к информационному манипулятивному воздействию средств массовой информации российская молодёжь. Она наиболее индивидуалистски ориентирована, активно проникается рекламируемыми ценностями массовой потребительской культуры, хотя и среди молодёжи постепенно формируется пока ещё слабо выраженный «протест против превращения материального подхода и потребления в основную жизненную цель человека».¹ При этом 60% респондентов проведённых в начале 2010-х гг. учёными-социологами РАН социологических опросов выразили убеждение в том, что государство должно отстаивать интересы всего народа, а не отдельных социальных групп.² Причём индивидуалистские ценностные ориентации преобладают у лиц, прошедших социализацию в городской культуре (60%), а коллективистские – у прошедших социализацию в сельской культуре (56%).³

Социальное конструирование неотипических образов в коллективном бессознательном обусловлено переозначиванием имеющихся в коллективном бессознательном архетипических и неоархетипических образов и форм, с одной стороны, и конструированием новых (неотипических) образов по образу и подобию структуры и формы архетипических образов, но наделённых инновационным смыслом, с другой стороны. Как убедительно, с нашей точки зрения, определил концепт смысла Т.З. Адамянц, он представляет собой «виртуальный многоуровневый конструкт (латентная структура), состоящий из нескольких уровней иерархически организованных коммуникативно-познавательных программ, ориентированных на константную мотивационно

¹ Козырева П. М., Низамова А. Э., Смирнов А. И. Ресурсы и практики социально-экономической адаптации населения России. М., 2013. С.227.

² О чем мечтают россияне. Идеал и реальность... С. 46.

³ Тихонова Н. Е. Социальная модернизация и перспективы культурной динамики в России ...С. 117.

– целевую (интенциональную) доминанту, которая и является вершиной, «высшей точкой» многоуровневого конструкта».¹

Конструирующий неотипическую модель социокультурного поведения придаёт ей латентную структуру, использует выбранные им формы символизации, определяет выраженные и латентные смыслы, выбирает коммуникативные каналы имплантации неотипов и их образов в коллективное бессознательное. Причём именно императивы глубинного бессознательного являются основными детерминирующими факторами организации социокультурного поведения.² Как указывают исследователи, «наиболее положительно-эффективным и универсальным инструментарием конструирования насущных проблем являются конструкты российского менталитета».³ Представляется, что такими элементами являются неоархетипические и неотипические образы коллективного бессознательного. Поэтому современные журналисты не столько отображают современность, сколько с помощью образов, в том числе и упомянутых неоархетипических и неотипических, создают образную картину реальности.⁴

Метафорические образы архетипического, неоархетипического и неотипического генерируют в воображении представителей целевых аудиторий экспрессивные картины мира, заслоняющие актуальную реальность.⁵ При восприятии информации эмоциональная энергетика контекста описываемых событий вызывает синергетический эффект фонового наложения на медийный текст и психологические аспекты личного восприятия экспрессивных и метафорических свойств элементов коллективного бессознательного, пробуждая латентную психофизическую

¹Адамьянц Т. З. Социальные смыслы глобальных процессов и перемен: механизмы и катализаторы [монография]. М., 2017. С.11 // URL: <http://www.isras.ru/publ.html?id=5020>.

²Пелипенко А.А., Яковенко Г.И. Культура как система. М.: Языки русской культуры, 1998. С.166.

³Ерофеева И. В. Аксиология медиатекста в российской культуре (ценностная рефлексия журналистики начала XXI века); Чита, 2009. С.143.

⁴Деляев, С.Н. Категории пространства и времени в образной структуре телевизионной публицистики: автореф.дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10 М., 2005. С. 58.

⁵Ерофеева И. В. Аксиология медиатекста в российской культуре... С.166.

энергию коллективного бессознательного, сконструированного как в историческом прошлом, так и в настоящем.¹

Каналами имплантации и распространения нетипических образов в современном коллективном бессознательном являются прежде всего реклама² и компьютерные игры.

Как свидетельствуют результаты социологического исследования роли и места игровых компьютерных практик в досуге современных жителей Санкт-Петербурга, проведённого в 2017 г., игровой компьютерный и традиционный культурный досуг не противоречат друг другу, а доля играющих в компьютерные игры в качестве активных пользователей составляет почти 47 миллионов человек, что свидетельствует о распространении компьютерных игровых практик не только в детско-подростковом возрасте, но и во взрослом населении мегаполиса – средний возраст играющих составляет около 37 лет.³

Реклама, компьютерные игры и программное обеспечение, направляющее действия пользователя в цифровом пространстве и системе цифровых коммуникаций, формирующее общество, «общество, определяемое программным обеспечением», ускоряют трансформацию социокультурной сферы, конструирует символический виртуальный мир, являющийся культурной метафорой актуальной реальности:⁴ «Во все времена символ руководил людьми, задавая те или иные схемы как

¹ Там же. С.168.

² Семкина М. В. Использование бессознательных мотивов в рекламе как инструмент манипулирования сознанием // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. 2007. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-bessoznatelnyh-motivov-v-reklame-kak-instrument-manipulirovaniya-soznaniem>; Пендикова И.Г., Ракитина Л.С. Архетип и символ в рекламе. М., 2008.; Выпряхкин И. А. Психология рекламы: архетипы // Достижения науки и образования. 2018. №12 (34) // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologiya-reklamy-arhetipy>.

³ Социальное пространство большого города : [монография] / Под ред. Г. В. Еремичевой. СПб.-Новосибирск, 2018. С.361, 372.

⁴ Моррис Ч.У. Основания теории знаков // Семиотика: Антология / Сост. Ю.С Степанов. Изд. 2-е. М.; Екатеринбург, 2001. С.70; Батра Р., Майерс Дж. Дж., Аакер Д.А. Рекламный менеджмент: Пер. с англ. 5-е изд. М.; СПб.; Киев, 2001. С.311; Khan S. Leadership in the Digital Age: a Study on the Effect of Digitalization on Top Management Leadership. Digitala Vetenskapliga Arkivet. September, 16th // URL: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:971518/FULLTEXT02.pdf>.

индивидуального, так и коллективного поведения».¹ Неотипические образы, используемые в современной рекламе, программируют повседневные и досуговые социокультурные практики людей в рамках массовой потребительской культуры. Как писал П. Бурдьё, реклама выступает средством маркирования и символического означивания ценностного содержания различных аспектов современной жизни.² Но в рамках ограниченного ранжированного перечня архетипических образов и модифицированных неоархетипических образов она не в состоянии охватить все сферы социокультурной активности современного массового потребителя – всё, что связано с современными практиками информационной культуры, восходит главным образом к социально сконструированным неотипическим образам. При этом, как отмечал Ж. Бодрийяр, современное потребление определяется как систематическая тотально идеалистическая практика, которая далеко выходит за рамки отношений с вещами и межиндивидуальных отношений, распространяясь на все регистры истории, коммуникации и культуры».³

Вопреки безапелляционному утверждению Л.Д. Гудкова, что «внести нечто совершенно новое в массовое сознание – дело практически безнадежное, можно лишь актуализировать те комплексы представлений, которые уже существуют в головах людей»,⁴ высказанному в период массовой ностальгии по реинкарнации дооктябрьской России, производство смыслов и их символических значений никогда не прекращается. Новые технологии, развитие современной информационной культуры массового общества открывают широчайшие возможности реинтерпретации, переозначивания и производства смыслов, в том числе и в рекламе, разрушая опривыченные социокультурные практики и имплантируя инновационные: «...когда внутри системы происходят изменения, группа, обосновывающая и

¹ Степнова Л.А. Социальная мифология и проблемы современного социального мышления. М., 1999. С. 5.

² Бурдьё П. Социология политики: Пер. с фр./Сост., общ. ред. и предисл. Н.А. Шматко. М., 1993.

³ Бодрийяр Ж. Система вещей. М., 1995. С. 164.

⁴ Гудков Л. Д. Негативная идентичность. Статьи 1997 – 2002 гг. Авторский сборник. М., 2004.

осуществляющая их, использует именно символические формы для того, чтобы оправдать введение новых норм и ценностей, трансформацию баланса власти и легитимировать новый социальный порядок»¹. В ряде случаев современная реклама при помощи использования неотипических образов стремится к вытеснению в современном коллективном бессознательном архетипических и неоархетипических образов, продуцируя новые глобалистски ориентированные ценности и смыслы, потому что они являются помехой современным трансформациям массовой культуры в инновационном, с точки зрения глобалистов, духе и распространению глобалистских потребительских практик и идентичностей.²

Коллективное бессознательное современного российского общества формируется и посредством средств массовой информации. Современное возрождение мифологической составляющей массовой культуры обусловлено преобладанием среди каналов массовой коммуникации аудиальных средств (радио в различных форматах) и визуальных средств – телевидения и Интернета). В результате произошла ремифологизация структуры современного массового сознания, когда оно оказалось в социокультурной ситуации, характерной для древних периодов человеческой истории и средств коммуникации, – доминирования аудиальной и визуальной форм передачи информации.³ Реклама активно использует средства мифологизации информации – сакрализацию и сжатие времени и пространства, бинарные оппозиции, формы ритуализации социокультурных

¹ Mach Z. Symbols, Conflict, and Identity: Essays in Political Anthropology. Albany, 1993. P. 50.

² Дмитриева Л.М., Вегенер Ю.С. Реклама в системе культуры: философский анализ (монография) - М.: Магистр, 2012; Бубнова И.А. Массовая культура и её роль в формировании образа мира современной русской молодёжи // Вопросы психолингвистики. 2011. № 1 (13). С. 70; Анатомия рекламного образа / Под общей редакцией А.В. Овруцкого. СПб., 2004; Пидшморга Ю.В. Социокультурное воздействие рекламы на ценностисовременного российского общества: дис... канд. культур.: 24.00.01. Краснодар, 2009; Рахинский Д.В. Влияние информационных и коммуникационных технологий на нравственные основы современной глобализации // Общество: философия, история, культура. 2016. № 4. С. 22-24.

³ Кучербаева А.Е., Литвинов В.А., Казорина А.В. Мифологическое и архетипическое в рекламном образе // Постулат.2016. № 11. URL: <https://scholar.google.com/scholar?newwindow=https://scholar.google.com/scholar?newwindow=1&hl=ru&biw=1298&bih=555&um=1&ie=UTF8&lr&q=related:XWYmsXBH0ENa2M:scholar.google.com/>.

практик, присвоение образам предметов магических качеств.¹ Она выступает в качестве катализатора активации различных форм коллективного бессознательного, обращаясь к символическому означиванию материальных и духовных артефактов окружающего мира. Наряду с этим современная реклама выполняет и роль ритуала, постоянно повторяя эмоционально окрашенную информацию в самых различных контекстах повседневных и досуговых социальных практик.²

Социальное конструирование в компьютерных играх обусловлено мифологизированными сюжетами, используемыми в компьютерных играх, интерактивной вовлечённостью участников игр в виртуальную действительность, трансформацией собственной личности в рамках игровой практики в статус символического уровня социально-ролевой реализации своей личности в мифологизированном виртуальном киберпространстве, где сюжет и герои во многом создаются по принципам актуализации архетипических, неоархетипических и неотипических образов в соответствии с нарративом сценария и контента. Причём сознательно геймерскими технологиями, находящими отражение в специализированных журналах, посвящённых компьютерным играм, интересуется 6 – 8% играющих.³ В современных компьютерных играх, как правило, наиболее распространены нарративные сюжеты стратегий (напоминающие шахматные стратегии) и универсальные мономифы, повествующие о преодолении героем множества препятствий после оставления родительского дома под гнётом обстоятельств и триумфальном возвращении домой, обретшим друзей, социальный опыт и разнообразные вознаграждения, компенсирующие его усилия по преодолению различного рода барьеров.⁴

¹ Там же.

² Стрижова Е.В., Андросова И.Г. Архетипические образы в рекламе как инструмент мотивации потребителя // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Познание №8 август 2018 г.. С.41-45; Марк М., Пирсон К. Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипа. СПб., 2005.

³ Лысак И.В., Косенчук Л.Ф. Формирование персональной идентичности в условиях сетевой культуры. М., 2016. С.127.

⁴ Там же. С.127 – 128.

Мифологически сконструированный нарратив компьютерной игровой программы формирует определённые границы игрового пространства и основания его восприятия и эмоциональной оценки, наделяет социокультурные практики героев игры сконструированными ценностными основаниями, создаёт гибридную игровую реальность, в которой интегрированы реальные и мифологические основания и артефакты, имплантирует социально сконструированные взаимоотношения в ткань реальной жизни, создавая мозаичную картину в рамках виртуальной реальности.¹

Компьютерные игры в жизни игроков (геймеров), вне зависимости от возраста, как представляется, решают различные задачи: освоение новых социальных ролей и социальных норм и их пределов – в ряде случаев геймер получает запрограммированный создателями игры социальный опыт возможных последствий при нарушении установленных обществом границ; компьютерные игры являются средством подкрепления коллективного бессознательного в различных формах; компьютерные игры расширяют когнитивные компетенции человека и его информационную культуру; компьютерные игры позволяют осуществить эмоционально-психологическую разрядку; компьютерные игры способствуют формированию достижительных установок и формированию динамичной («дрейфующей») социокультурной идентичности. Первые две функции компьютерных игр, выделенные нами, не нашли должного отражения в научно-исследовательской литературе культурологической, социально-философской и социально-психологической направленности.²

Современные средства массовой информации (как печатные, так и электронные) являются мощным средством конструирования картины мира и

¹ Виноградова А.И. К проблеме символических трансформаций в социокультурном пространстве // Вестник КрасГАУ.2013. № 8. С.248 – 252.

² Лысак И.В., Косенчук Л.Ф. Формирование персональной идентичности в условиях сетевой культуры ... С.129-135.

происходящих в нем событий в массовом сознании целевых аудиторий.¹ С одной стороны, они обращаются к вечным и понятным архетипическим образам коллективного бессознательного, придавая им номинирующее значение, обращаясь к традиционному пониманию ментального осмысления повторяющихся ситуаций и устойчивых ментальных программ их разрешения. С другой стороны, они стремятся адаптировать архетипические образы к изменяющемуся миру и действующим в нем лицам, новым социальным ролям и их носителям, трансформируя архетипические образы в соответствии с контекстом событий и контентом подачи информационно-оценочного материала в неоархетипы: несёт в себе возможность реализации предполагаемого дискурсом действия, поэтому перформативность использования архетипических и неоархетипических образов в современных СМИ превратилась в устойчивый и распространённый дискурс.² Наконец, с третьей стороны, они оказывают важное влияние на генерирование и распространение новых моделей и норм поведения, участвуя в конструировании и использовании неотипических образов: «Искусственно созданные образы формируют ...новые социальные отношения, делая их «естественными», банальными».³ Благодатной почвой для этого оказалась визуализация культуры и средств массовой информации, потому что современная экранная культура и используемые информационные технологии в определённом смысле подвергают информационной реактуализации мира «мифов, волшебных сказок, театральных и кинематографических чудес», в том числе и посредством соединяющего актуальную и виртуальную реальности жанра мокьюментари.⁴

¹ Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов. Екатеринбург, 1999.

² Плевако С.В. Архетип как средство построения современного дискурса СМИ // Труды молодых учёных Алтайского государственного университета. 2010. № 7. С.268.

³ Сулейманов М.Р. Виртуальная реальность как феномен и режим действия электронных СМИ // Вестник Поволжской академии госслужбы. 2009. № 4(21). С.213; Лысак И.В. СМИ как средство конструирования социальной реальности в современном мире // Альманах современной науки и образования. 2009. № 7-1. С.92-93; Васильев С.С. Влияние современных электронных СМИ на подсознание // Историческая и социально-образовательная мысль. 2012. № 3. С. 176-183.

⁴ Познин В.Ф. Современные СМИ: между правдой и вымыслом // Медиаскоп.2014. № 2. // [URL:/http://www.mediascope.ru/](http://www.mediascope.ru/)

Развитая информационная культура предполагает компетентность в понимании сущности технологий информационных процессов, используемых в социокультурных практиках, и развитие рефлексии по поводу своей информационной культуры. В российском обществе преобладает массовая пользовательская информационная культура, основанная на том объеме и уровне компетенций в области информационных технологий, которые люди получают в рамках школьного и профессионального образования и собственного эмпирического опыта практического освоения информационной культуры.

На основании сказанного выше в настоящем параграфе можно сделать следующие выводы:

1. В современном российском обществе, развивающемся как социальная целостность в условиях формирования основ информационного общества на основе использования современных информационных технологий и развития различных сфер виртуальной реальности, достаточно широко распространилась практика социального конструирования как в сфере актуальной, так и в сфере виртуальной реальности в области коллективного бессознательного;

2. Социальное конструирование способствовало реактуализации архетипических образов, адаптированных к современности неархетипических образов, генерированию и распространению на основе возникновения новых социокультурных практик неотипических образов, а также развитию мифологизации в современной российской массовой культуре;

3. Важнейшими каналами распространения и укоренения в современной социокультурной жизни российского общества социального конструирования коллективного бессознательного явились компьютерные игры, реклама и средства массовой информации.

На основании изложенного во втором разделе настоящей диссертации можно сделать следующие выводы:

1. Информационная культура в современном цифроориентированном мире становится важным фактором развития всех сфер жизни – от социализации человека до его продуктивной деятельности во всех сферах жизни: социально-экономической, социально-политической и социально-культурной;

2. Информационная культура является основанием для воспроизводства социальной системы и её подсистем, формирования аксиологической сферы и различных форм идентичности;

3. Информационная культура выступает в качестве медиатора между социальными традициями, сложившимися в процессе исторического развития общества, и социальными инновациями, способствуя адаптации общества к вновь возникающим социальным практикам и моделям поведения;

4. Медиакультура, выступая в качестве субкультуры информационной культуры общества, активно влияет на массовое общественное сознание, создавая дополнительные возможности по управлению целевыми сообществами людей в управляемой подсистеме системы социального управления;

5. Важнейшим фактором развития медиакультуры стали информационно-коммуникативные каналы и практики глобальной информационной сети «Интернет»;

6. Информационная культура современного российского общества продемонстрировала эффективность в условиях многосоставности и пространственной неравномерности развития российских регионов;

7. Информационная культура проявила себя как медиатор при взаимодействии и взаимодополнении архетипических, неоархетипических и неотипических оснований в нормативно-регулятивной сфере жизнедеятельности современного российского общества, обеспечив адаптацию технологических и социокультурных изменений к

воспроизводству и развитию социально-экономической, социально-политической и социокультурной подсистем отечественной культуры;

8. Системные аксиологические основания российской цивилизации продемонстрировали свою устойчивость и продуктивность в российском обществе, обеспечив преодоление последствий крупнейшей геополитической и геокультурной катастрофы XX века – распада СССР и восстановив вектор поступательного социального развития России в XXI веке;

9. В современном российском обществе, развивающемся как социальная целостность в условиях формирования основ информационного общества на основе использования современных информационных технологий и развития различных сфер виртуальной реальности, достаточно широко распространилась практика социального конструирования как в сфере актуальной, так и в сфере виртуальной реальности в области коллективного бессознательного;

10. Социальное конструирование способствовало реактуализации архетипических образов, адаптированных к современности неархетипических образов и генерированию и распространению на основе возникновения новых социокультурных практик нетипических образов, а также развитию мифологизации в современной российской массовой культуре;

11. Важнейшими каналами распространения и укоренения в современной социокультурной жизни российского общества социального конструирования коллективного бессознательного явились средства массовой информации, реклама и компьютерные игры.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ научной литературы в диссертации показал, что в современном обществе учёные выделили три основные культурно-психологических формы коллективного бессознательного: архетипы, стереотипы и неотипы. Диссертанту удалось выделить новую, не описанную теоретически форму коллективного бессознательного – неоархетипы, представляющую собой архетипы, адаптированные к изменившейся социокультурной ситуации.

Все формы коллективного бессознательного оказывают важное детерминирующее влияние на морфогенезис культурных форм современной культуры. Методологически важно разделять архетипы как рамочные предобразы и архетипические образы, являвшиеся основанием для мифологизации на основе описания и воспоминаний о конкретных произошедших событиях, символически означенных и встроенных в систему коллективного бессознательного архаических культур.

Мифологизированные архетипические образы, укоренённые в коллективном бессознательном, по мере развития региональных и локальных вариаций развития духовной культуры подкреплялись в рамках символического универсума традицией, а в современном обществе в качестве рудиментарных универсалий продолжают своё бытование в социально-экономической, социально-политической и социокультурной подсистемах социальной системы современного российского общества. Они выполняют функции поддержания преемственности в развитии культуры, интеграции нормативно-ценностного регулирования в основных подсистемах жизни современных россиян;

Процессы развития информационно-коммуникативных технологий привели к генезису и формированию высокоэффективных ментальных структур коллективного бессознательного – неотипов. Неотипы, в отличие от архетипов и неоархетипов, ментально ориентированы не на сакрально-мифологическое, а на конструируемое проективное будущее.

Возникновение мифодизайна как отклика на потребность в развитии социального конструирования привело к гибридизации архетипов, укоренённых в габитусе и менталитете русской культуры и поддерживаемых с помощью традиций, неоархетипов и неотипов в рамках коллективного бессознательного.

Неотипы и неотипические основания превратились в важный инструмент управления людьми и массовой культурой, что привело к начавшемуся процессу гибридизации современной экономики и современной массовой культуры.

Информационная культура в современном цифроориентированном мире становится важным фактором развития всех сфер жизни – от социализации человека до его продуктивной деятельности во всех сферах жизни: социально-экономической, социально-политической и социально-культурной.

Информационная культура является основанием для воспроизводства социальной системы и её подсистем, формирования аксиологической сферы и различных форм идентичности. Информационная культура выступает в качестве медиатора между социальными традициями, сложившимися в процессе исторического развития общества, и социальными инновациями, способствуя адаптации общества к вновь возникающим социальным практикам и моделям поведения. Медиакультура, выступая в качестве субкультуры информационной культуры общества, активно влияет на массовое общественное сознание, создавая дополнительные возможности по управлению целевыми сообществами людей в управляемой подсистеме системы социального управления. Важнейшим фактором развития медиакультуры стали информационно-коммуникативные каналы и практики глобальной информационной сети «Интернет».

Информационная культура современного российского общества продемонстрировала эффективность в условиях многосоставности и пространственной неравномерности развития российских регионов.

Информационная культура проявила себя как медиатор при взаимодействии и взаимодополнении архетипических, неоархетипических и неотипических оснований в нормативно-регулятивной сфере жизнедеятельности современного российского общества, обеспечив адаптацию технологических и социокультурных изменений к воспроизводству и развитию социально-экономической, социально-политической и социокультурной подсистем отечественной культуры;

Системные аксиологические основания российской цивилизации продемонстрировали свою устойчивость и продуктивность в российском обществе, обеспечив преодоление последствий крупнейшей геополитической и геокультурной катастрофы XX века – распада СССР и разделение ареала проживания русского народа, превратившего его в крупнейший по численности разделённый народ мира, и геокультурного пространства русского культурного мира. Лишь в XXI веке был восстановлен вектор поступательного социокультурного развития России.

В современном российском обществе, развивающемся как социальная целостность в условиях формирования основ информационного общества на основе использования современных информационных технологий и развития различных сфер виртуальной реальности, достаточно широко распространилась практика социального конструирования как в сфере актуальной, так и в сфере виртуальной реальности в области коллективного бессознательного.

Социальное конструирование способствовало реактуализации архетипических образов, адаптированных к современности неоархетипических образов и генерированию и распространению на основе возникновения новых социокультурных практик неотипических образов, а также развитию мифологизации в современной российской массовой культуре.

Важнейшими каналами распространения и укоренения в современной социокультурной жизни российского общества социального

конструирования коллективного бессознательного явились компьютерные игры, реклама и средства массовой информации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Книги и отдельные издания (одного и нескольких авторов):

1. Адоньева С.Б. Сказочный текст и культурная традиция / С.Б. Адоньева. - СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета, 2000. – 181 с.
2. Айрапетова А.Г., Акабиров Ф.О., Адиев И.М и др. Государство и рынок: новое качество взаимодействия в информационно-сетевой экономике / под ред. С.А. Дятлова, Д.Ю. Миропольского, В.А. Плотникова. Т. 1. / А.Г.Айрапетова, Ф.О. Акабиров, И.М.Адиев и др. - СПб.: Астерион, 2007.- 393 с.
3. Анатомия рекламного образа / Под общей редакцией А.В. Овруцкого. – СПб.: Питер, 2004. – 224 с.
4. Архетипы в современном социокультурном пространстве. Монография. - Новосибирск: Изд-во НГПУ, 2017. - 162 с.
5. Ассман Я. Культурная память: Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности / Я. Ассман. - М.: Языки славянской культуры, 2004. – 368 с.
6. Атанов А.А. Экономика концептов / А.А. Атанов. - Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2008.- 400 с.
7. Ахиезер А. С. Социально-культурные проблемы развития России / А.С. Ахиезер. - М.: Институт научной информации по общественным наукам РАН, 1992. – 82 с.
8. Ахиезер А., Клямкин И., Яковенко И. История России: конец или новое начало? / А. Ахиезер, И. Климкин, И. Яковенко. - М.: Новое издательство, 2005. - 708 с.
9. Бабст К.И. Изложение начал народного хозяйства / К.И. Бабст. - М.: Экономика, 1972. -164 с.
10. Базовые ценности россиян: Социальные установки. Жизненные стратегии. Символы. Мифы / Отв. ред. Рябов А.В., Курбангалеева Е.Ш. - М.: Дом интеллектуальной книги, 2003. - 448 с.

11. Бандура А. Теория социального научения / А.Бандура. - СПб.: Евразия, 2000. - 320 с.
12. Батра Р., Майерс Дж. Дж., Аакер Д. А. Рекламный менеджмент / Р.Батра, Дж.Дж. Майерс, Д.А.Акер. Пер. с англ. – 5-е изд. – М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс», 2001. – 784 с.
13. Бауман З. Индивидуализированное общество / З.Бауман. - М.: Логос, 2005. - 390 с..
14. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. / М.М. Бахтин. 2-е изд. - М.: Искусство, 1986. - 445 с.
15. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну / У.Бек. - М.: ПрогрессТрадиция, 2000. - 384 с.
16. Бек У. Что такое глобализация? / пер. с нем. А. Григорьева и В. Седелника; общ. ред. и посл. А. Филиппова / У.Бек. - М.: ПрогрессТрадиция, 2001.- 304 с.
17. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество : опыт социального прогнозирования / Д. Белл ; Пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева. – М. : Academia, 2004. – 783 с.
18. Белоусова Ю.В. Феномен образа: генезис, онтология, функционирование в медиaprостранстве / Ю.В. Белоусов. - М.: URSS, 2018. - 130 с.
19. Бергман П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П.Бергман, Т.Лукман / Перевод Е. Руткевич. - М.: Academia – центр, Медиум, 1995. – 323 с.
20. Бердяев Н.А. Пути Евразии. Русская интеллигенция и судьбы России /Н.А. Бердяев - М.: Прогресс, 1992. - 427 с.
21. Бердяев Н.А. Судьба России. Опыты по психологии войны и национальности / Н.А. Бердяев. - М.: Философское общество, 1990. - 240 с.
22. Бердяев Н.А.. Царство духа и царство кесаря / Н.А.Бердяев. - М.: Республика, 1995. – 384 с.

23. Берн Э. Люди, которые играют в игры / Э.Берн // Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. - М.: АСТ, 1998. - 397 с.
24. Бодрийяр Ж. Система вещей /Ж. Бодрийяр. - М.: Рудомино, 1995. – 224 с.
25. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального / Ж. Бодрийяр.- Екатеринбург: Издательство УрГУ, 2000. – 32 с.
26. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структура. / Ж.Бодрийяр / Пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской. - М.: Республика; Культурная революция, 2006. – 268 с.
27. Бурдьё П. Практический смысл / П.Бурдьё. - СПб.: Алетейя; - М.: «Институт экспериментальной социологии», 2001. — 562 с.
28. Бурдьё П. Социология политики / П.Бурдьё: Пер. с фр./Сост., общ. ред. и предисл. Н.А. Шматко. - М.: Socio-Logos, 1993. – 336 с.
29. Бурдьё П. Социология социального пространства / П.Бурдьё / Пер. с фр., общ. ред. Н.А. Шматко. - СПб.: Алетейя; М.: Институт экспериментальной социологии: Алетейя, 2005. - 288 с.
30. Бурняшева Л.А., Газгиреева Л.Х. Концептуализация духовно-нравственных проблем современного российского общества: экзистенциально-ценностный аспект. Монография / Л.А. Бурняшева, Л.Х. Газгиреева. - М: КНОРУС; - Пятигорск: ПГЛУ, 2016.- 243 с.
31. Вебер М. Избранные произведения /М.Вебер. - М.: Правда, 1990. -808 с.
32. Видгоф В.М. Целостность эстетического сознания: деятельностный подход (опыт философского анализа) / В.М. Видгоф. - Томск: Изд-во Томского ун-та, 1992. - 179 с.
33. Витгенштейн Л. Избранные работы. Пер. с нем. и англ. / Л. Витгенштейн. - М.: Издательский дом «Территория будущего», 2005. - 440 с.
34. Волошинов В.Н. (Бахтин М.М.). Фрейдизм / В.Н. Волошинов (М.М. Бахтин). - М.: Слово, 1993. – 120 с.

35. Воробьев Г.Г. Информационная культура управленческого труда / Г.Г. Скворцов. - М.: Экономика, 1971.-108 с.
36. Воробьев. Г.Г. Твоя информационная культура /Г.Г. Воробьев. - М.: Молодая гвардия. 1988.- 303 с.
37. Гадамер Г.-Г. Истина и метод. Основы философской герменевтики / Г.-Г. Гадамер. - М.: Прогресс,1988. -704 с.
38. Гендина Н.И., Колкова Н.И., Скипор И.Л., Стародубова Г.А. Формирование информационной культуры личности в библиотеках и образовательных учреждениях: учебно-методическое пособие. / Н.И. Гендина, Н.И. Колкова, И.Л. Скипор, Г.А. Стародубова. – М.:Школьная библиотека, 2002. - 288 с.
39. Гидденс Э. Устроение общества. Очерк теории структуриации / Э.Гидденс. - М.: Академический проект, 2005. - 528 с.
40. Гирц К. Интерпретация культур / К. Гирц. - М.:РОССПЭН, 2004. – 560 с.
41. Городникова Н.В., Гохберг Л.М. Индикаторы инновационной деятельности: 2018: статистический сборник / Н.В. Городникова, Л.М. Гохберг и др. М.: НИУ ВШЭ, 2018. – 320 с.
42. Горшков М. К. и др. Российское общество и вызовы времени. Книга пятая / М.К. Горшков и др. / под ред. М.К. Горшкова, В.В. Петухова. – М.: Весь Мир, 2017. – 424 с.
43. Горшков М.К. и др. Двадцать пять лет социальных трансформаций в оценках и суждениях россиян: опыт социологического анализа / М.К. Горшков / Отв. ред. М.К. Горшков, В.В. Петухов.- М.: Весь Мир, 2018. – 384 с.
44. Гоффман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта / И. Гоффман. - М.: Ин-т социологии РАН, 2004. - 750 с.
45. Губарь О.В., Захаров В.К. Номология как преодоление экономикоцентризма / О.В.Губарь, В.К. Захаров. - Ростов-на-Дону: РГЭУ РИНХ, 2006.- 158 с.

46. Гудков Л. Негативная идентичность. Статьи 1997-2002 гг. Авторский сборник / Л.Гудков. - М.: Новое литературное обозрение, «ВЦИОМ А», 2004. – 816 с.
47. Гуссерль Э. Начало геометрии. Введение Жака Деррида / Э. Гуссерль. - М.: Ad Marginem, 1996. - 267 с.
48. Де Граф Дж., Ванн Д., Нэйлор Т.Х. Потреблятьство: болезнь, угрожающая миру / Дж. Де Граф, Д. Ванн, Т.Х. Нейлор. - М.: ТД Алгоритм, 2016. - 392 с.
49. Делез Ж. Логика смысла: Пер. с фр. / Ж.Делез. - М.: "Раритет", - Екатеринбург: "Деловая книга", 1998 - 480 с.;
50. Делез Ж. Различие и повторение / Ж. Делез. - СПб.: Петрополис, 1998. - 384 с.
51. Девятко И.Ф. Нормы и мораль в социологической теории: от классических концепций к новым идеям: [монография] / [И.Ф. Девятко и др.]; Отв. ред. И.Ф. Девятко, Р.Н. Абрамов, И.В. Катерный; ФНИСЦ РАН. - М.: Весь Мир, 2017. – 288 с.
52. Дзялошинский И. Российский журналист в посттоталитарную эпоху / И. Дзялошинский. - М.: Восток, 1996. – 302 с.
53. Динамика ценностей населения реформируемой России. - М.: Эдиториал УРСС, 1996. – 224 с.
54. Дмитренко Л.Г., Воробьев Г.Г. Современные аспекты аналитической психологии / Л. Г. Дмитренко, Г. Г. Воробьев РАН.– М: Институт проблем управления РАН, 1998. - 66 с.
55. Дмитриева Л.М., Вегенер Ю.С. Реклама в системе культуры: философский анализ (монография). /Л.М. Дмитриева, Ю.С.Вегенер. - М.: Магистр, 2012. – 104 с.
56. Дьякова Е.Г., Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов / Е.Г. Дьякова, А.Д. Трахтенберг. - Екатеринбург: УрО РАН, 1999. – 130 с.

57. Емельянов В.Ю. Времяоника. Теория, которой суждено изменить жизнь человечества / В.Ю. Емельянов. - Белгород: Изд-во «Дверь в лето», 2000. – 28 с.
58. Емельянов В.Ю. Книга разума / В.Ю. Емельянов. - Белгород: Крестьянское дело, 2004. - 64 с.
59. Ерофеева И. В. Аксиология медиатекста в российской культуре (ценностная рефлексия журналистики начала XXI века).- Чита: Забайкальский государственный гуманитарный педагогический университет, 2009. – 297 с.
60. Ерофеева И.В., Богуславская В.В., Тепляшина А.Н., Толстокулакова Ю.В. Лингвокультурологическое моделирование современного медиатекста: монография / И. В. Ерофеева, В. В. Богуславская, А. Н. Тепляшина, Ю. В. Толстокулакова. - Чита: ЗабГУ, 2017. – 202 с.
61. Ерофеева И.В. Аксиология медиатекста в российской культуре (ценностная рефлексия журналистики начала XXI века) / И.В. Ерофеева. - Чита: Забайкальский гуманитарно-педагогический университет, 2009. – 297 с.
62. Жаде З.А. Векторы геополитической идентичности / З.А.Жаде. - Майкоп: ООО «Качество», 2007. -335 с.
63. Жизненный мир россиян: 25 лет спустя (конец 1980-х –середина 2010-х гг.) / Под ред. Ж.Т. Тощенко. - М.: ЦСП и М., 2016. -367 с.
64. Запад-Россия. Сборник статей. - М.: Прогресс-Традиция, 2002. С.109-128.
65. Зарубина Н.Н. Бизнес в зеркале русской культуры / Н.Н.Зарубина. - М.: Анкил, 2004. - 352 с.
66. Захаров В.К. Номология. Устройство и направление человеческой деятельности / В.К. Захарова. - М.: МГППУ, 2011. - 216 с.
67. Зеленский В.В. Толковый словарь по аналитической психологии (с английскими, немецкими эквивалентами). Изд. 3-е, испр. и доп. - М.: Когито-Центр, 2008. - 336 с.

68. Зинкевич-Евстигнеева Т.Д. Мастер сказок. 50 сюжетов в помощь размышлениям о жизни, людях и себе для взрослых и детей старше семи лет / Т.Д. Зинкевич. - СПб. : М.: Речь, 2019. - 214 с.
69. Зиновьева Н.Б. Информационная культура личности: Введение в курс / Н.Б. Зиновьева; под ред. И.И. Горловой. – Краснодар: Б.и., 1996.- 136 с.
70. Зобов Г.А., Келасьев В.Н. Мифы российского сознания / Г.А. Зубов, В.Н. Келасьев. - СПб.: Языковой центр, 1995. – 88 с.
71. Зыкова И.В. Культура как информационная система. Духовное, ментальное, материально-знаковое / И.В. Зыкова. - М.: Либроком, 2014. – 368 с.
72. Иванов Д.В. Общество как виртуальная реальность / Д.В. Иванов . - М.: АСТ, 2004. -507 с.
73. Ильин А.Н. Субъект в массовой культуре современного общества потребления (на материале китч-культуры): Монография. / А.Н. Ильин. - Омск: Амфора, 2010. - 376 с.
74. Индикаторы инновационной деятельности: 2018: статистический сборник / Н.В. Городникова, Л.М. Гохберг и др. - М.: НИУ ВШЭ, 2018. - 320 с.
75. Ионин Л.Г. Социология культуры / Л.Г. Ионин. - М.: Социологос, 2000. - 280 с.
76. Каган М. С. Философия культуры: учебное пособие для академического бакалавриата / М. С. Каган. - М.: Юрайт, 2019. - 353 с.
77. Каган М.С. Человеческая деятельность (опыт системного анализа)/ М.С. Каган. - М.: Мысль, 1974. – 328 с.
78. Карпова Н. В. Социология политической культуры современной России / Н. В. Карпова. - М.: ООО Научно-издательский центр "Инженер" 2012.-168 с.
79. Кассирер Э. Опыт о человеке. Введение в философию человеческой культуры / Э. Кассирер. - М.: Гардарика, 1998. - 768 с.

80. Кастельс М. Власть коммуникации [Текст]: [учебное пособие] / М. Кастельс ; пер. с англ. Н. М. Тылевич под науч. ред. А. И. Черных. – М.: Изд. дом ВШЭ, 2016. – 563 с.
81. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М.Кастельс. - М.: ГУ ВШЭ, 2000. - 608 с.
82. Касьянова К. О русском национальном характере. / К. Касьянова. - М.: Институт национальной модели экономики, 1994. - 267 с.
83. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н.Б. Кириллова. - М.: Академический проект, 2005. – 448 с.
84. Кириллова Н.Б. Медиакультура: теория, история, практика / Н.Б. Кириллова. - М.: Академический проект, 2008 – 508 с.
85. Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента: [учеб. пособие] /Н. Б. Кириллова. - Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2014. – 184 с.
86. Киричек П.Н. Информационная культура общества . М.: РАГС, 2010.- 206 с.
87. Князева Е.Н., Курдюмов С.П. Синергетика. Нелинейность времени и ландшафты коэволюции / Е.Н.Князева, С.П.Курдюмов. - М.: КомКнига, 2007. - 272 с.
88. Коды массовой культуры: российский дискурс. Коллективная монография / Под науч. ред. Т.С. Злотниковой и Т.И. Ерохиной. - Ярославль: РИО ЯГПУ, 2015.- 240 с.
89. Козырева П. М., Низамова А. Э., Смирнов А. И. Ресурсы и практики социально-экономической адаптации населения России/ П.М. Козырева, А.Э. Низамова, А.И. Смирнов. - М.: Новый хронограф, 2013. – 304 с.
90. Коноплёв Н.С., Лазебный В.А., Кардашевский В.В. Феномен духовной глокализации социума как способ действенного преодоления односторонностей глобалистики: монография / Н.С. Коноплёв, В.А. Лазебный, В.В. Кардашевский. - Иркутск: Изд-во «Оттиск», 2016. – 120 с.

91. Коркюф Ф. Новые социологии / Ф. Коркюф. - М.; СПб.: Институт экспериментальной социологии; Алетейя, 2002. - 172 с.
92. Костина А.В., Флиер А.Я. Культура: между рабством конъюнктуры, рабством обычая и рабством статуса / А.В. Костина, А.Я.Флиер. - М.: Согласие, 2011. -129 с.
93. Красовский Ю.Д. Социокультурные основы управления бизнес-организацией / Ю.Д. Красовский. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. -390 с.
94. Кстельс М. Власть коммуникации / М.Кастельс. - М.: Высшая школа экономики, 2016.- 565 с.
95. Кудинова А.В., Куликов А.Ю., Лаво Р.С., Мартиросян К.М и др. Социально-культурное производство и культурные индустрии / А.В. Кудинова, А.Ю. Куликов, Р.С. Лаво, К.М. Мартиросян. - Краснодар: Открытый центр культурных индустрий, 2014. – 340 с.
96. Лаво Р.С. Ассирийцы России: этноэкология, этнополитика и этноидентичность / Р.С.Лаво. -Краснодар: КГАУ-КСЭИ, 2007. – 211 с.
97. Лаво Р.С. Культура ассирийцев России: прошлое, настоящее, будущее / Р.С.Лаво. - Краснодар, КГУКИ, 2000. – 147 с.
98. Лаво Р.С. Этнокультурная дисперсия ассирийцев в контексте глобализации: судьбы древнейшего народа / Р.С.Лаво. - Saarbrücken: LAPLAMBERTAcademicPublishingGmbH&Co.KG., 2011. - 420 с.
99. Лаво Р.С. Этнокультурная дисперсия ассирийцев в контексте глобализации. Судьбы древнейшего народа / Р.С.Лаво. - Saarbrücken: LAPLAMBERTAcademicPublishingGMBH&Co. KG, 2011. - 400 с.
100. Лаво Р.С. Этнокультурная идентичность и самоидентификация ассирийцев Юга России в условиях глобализации / Р.С.Лаво. -. Краснодар: КГУКИ 2007. – 158 с.
101. Ламажаа Ч. К. Архаизация общества. Тувинский феномен / Ч.К. Ламажаа. - М.: Издательский дом «Либроком», 2013. - 272 с.
102. Лапин Н.И. Пути России: социокультурные трансформации / Н.И. Лапин. - М.: ИФ РАН, 2000. – 191 с.

103. Лапин Н.И., Беляева Л.А., Наумова Н.Ф., Здравомыслов А.Г. Динамика ценностей населения реформируемой России / Н. И. Лапин, Л. А. Беляева, Н. Ф. Наумова, А. Г. Здравомыслов. Отв. ред. Н. И. Лапин, Л. А. Беляева. - М.: Эдиториал УРСС, 1996. - 224 с.
104. Леви-Стросс К. Мифологии / К. Леви-Стросс. В 4 томах. Т.1: Сырое и приготовленное. - СПб.: Университетская книга, 1999. - 406 с.
105. Леви-Стросс К. Печальные тропики / К.Леви-Стросс. - М.: АСТ; Астрель, 2010. - 441 с.
106. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. - М.: Наука, 1975. – 304 с.
107. Липовецки Ж. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме / Ж. Липовецки. - СПб: Владимир Даль, 2001. - 336 с.
108. Липпман У. Общественное мнение / У. Липпман /Пер. с англ. Т.В. Барчуновой.Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко. - М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. - 384 с.
109. Ломов Б.Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии / Б.Ф. Ломов. - М.: Наука, 1984. - 226 с.
110. Лосский Н. О. Условия абсолютного добра. Характер русского народа / Н.О.Лосский. - М.: Прометей, 1991. - 368 с.
111. Лотман Ю.М. Культура и взрыв / Ю.М.Лотман. - М.: Гнозис – ИГ «Прогресс», 1992.- 272 с.
112. Лотман Ю.М. Семиосфера / Ю.М. Лотман. - СПб.: Искусство-СПб., 2004. -703 с.
113. Лурье С.В. Историческая этнология: учеб. пособие для вузов / С.В. Лурье. М.: Академический проект, Гаудеамус, 2004. – 624 с.
114. Лысак И.В., Косенчук Л.Ф. Формирование персональной идентичности в условиях сетевой культуры / И.В. Лысак, Л.Ф. Косенчук. - М.: Издательство «Спутник +», 2016. – 147 с.

115. Льюис Р. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию. Пер. с англ. / Р.Льюис. - М.: Дело, 2001. - 440 с.
116. Льюис Р. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию Пер. с англ. / Р. Льюис. - М.: Дело, 2001. - 440 с.
117. Майерс Д. Социальная психология. / Пер с англ./ Д. Майерс. - СПб.: Питер, 1996. -682 с.
118. Малиновский Б. Магия, наука и религия / Б. Малиновский. - М.: Рефл-бук, 1998. – 304 с.
119. Мальковская И.А. Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы / И.А. Мальковская. - М.: URSS- изд-во ЛКИ, 2008. – 236 с.
120. Манхейм К. Человек и общество в век преобразования / К. Манхейм. - М.: ИНИОН АН СССР, 1991. - 220 с.
121. Марк М., Пирсон К. Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов / Пер. с англ. под ред. В. Домнина, А. Сухенко. / М.Марк, К. Пирсон. - СПб.: Питер, 2005. - 336 с.
122. Межнациональное согласие в общероссийском и региональном измерении. Социокультурный и религиозный контексты: [монография] / Отв. ред. Л.М. Дробижева. - М.:ФНИСЦ РАН, 2018. — 552 с.
123. Моль А. Социодинамика культуры. / Пер. с фр. / Предисл. Б. В. Бирюкова / А.Моль. - Изд. 3-е. - М.: Издательство ЛКИ, 2008. - 416 с.
124. Московичи С. Век толп / С. Московичи.- М.: «Центр психологии и психотерапии», 1996. – 478 с.
125. Мрочко Т.В. Информационная культура общества и личности / Т.В. Мрочко. - М.: Изд-во МГОУ, 2008. – 200 с.
126. Мухин А.С. Архитектура и архетип / А.С.Мухин.- СПб.: СПбГУКИ,2013. - 308 с.
127. Негодаев И.А. Информатизация культуры / И.А. Негодаев. - Ростов-н/Д: Книга, 2003. - 319 с.

128. Новикова А.А. Телевизионная реальность. Экранная интерпретация действительности / А.А. Новикова. - М.: Высшая школа экономики, 2013. - 236 с.

129. Нордстрем К.А., Риддестрале Й. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта / К.А. Нордстрем, Й.Риддестрале.- СПб.: Стокгольмская школа экономики, 2001. – 219 с.

130. Носов Н.А. Виртуальная психология / Н.А.Носов. - М.: Аграф, 2000. – 432 с.

131. Образование и информационная культура. Социологические аспекты. Труды по социологии образования. Под ред. В.С. Собкина. Т.V. Вып.VII. - М.: ИСО РАО,2000.- 462 с.

132. Павлов А.В. Логика и методология науки: Современное гуманитарное познание и его перспективы / А.В. Павлов. - М.: Флинта: Наука, 2010. – 344 с.

133. Павловская А.В. Россия и Америка. Проблемы общения культур / А.В. Павловская. - М.: Прогресс-Традиция, 1998. - 304 с.

134. Панарин А.С. Глобальное политическое прогнозирование в условиях стратегической нестабильности / А.С. Панарин. - М.: Эдиториал УРСС, 1999.- 270 с.

135. Парсонс Т. Система современных обществ / Т. Парсонс. - М.: Аспект Пресс,1998. – 220 с.

136. Пассмор Дж. Культурные универсалии / Дж.Пассмор // Философские науки. - 1990. - №1. - С. 110-113.

137. Пелипенко А.А., Яковенко Г.И. Культура как система / А.А. Пилипенко, Г.И. Яковенко. - М.: Языки русской культуры, 1998. – 376 с.

138. Пендикова, И.Г. Архетип и символ в рекламе: учеб. пособие / Л.С. Ракитина, ред.: Л.М. Дмитриева, И.Г. Пендикова. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 304 с.

139. Прогнозное социальное проектирование: теоретико-методологические и методические проблемы / Отв. Ред. Т.М. Дридзе. Изд.2-е испр. и доп. - М.: Институт социологии РАН, 1994.- 302 с.
140. Пропп В. Я. Морфология «волшебной» сказки. Исторические корни волшебной сказки / В. Я. Пропп; комментарии Е. М. Мелетинского, А. В. Рафаевой ; Сост., науч. ред., текстологич. комментарий И. В. Пешкова. - М.: Лабиринт,1998. - 512 с.
141. Пропп В. Я. Русская сказка / В.Я. Пропп. - М.: Лабиринт, 2000. - 416 с.
142. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция / Г.Рейнгольд. - М.: Фаир-Пресс, 2006.- 416 с.
143. Ромах О.В. Культурология. Теория культуры / О.В.Ромах. - Тамбов: Тамб. гос. ун-т им. Г. Р. Державина, 2002. - 359 с.
144. Российское общество и вызовы времени. Кн.5. Под ред М.К.Горшкова и В.В. Петухова. - М.: Изд-во «Весь мир», 2017. - 424 с.
145. Русские. Этнографические очерки / Отв. ред. Александров В.А., Власова И.В., Полищук Н.С. - М.: Наука, 1999. - 828 с.
146. Руткевич А.М. Предисловие / А.М.Руткевич // Юнг К.Г. Архетип и символ. М.: Renaissance, 1991. С. 5-22.
147. Рюмина М.Т. Эстетика смеха. Смех как виртуальная реальность / М.Т.Рюмина. - М.: Книжный дом «Либроком», 2003. - 320 с.
148. Сергеева А. А. Дорога в тридесятое царство. Славянские архетипы в мифах и сказках. В 2-х т. /А.А.Сергеева. - М.: Клуб Касталия, 2016. Т. 2.- 228 с.
149. Сергеева А.В. Русские: Стереотипы поведения, традиции, ментальность / А.В.Сергеева. - М.: Флинта - Наука, 2004. - 328 с.
150. Скворцов Л. В. Информационная культура и цельное знание: Избранные труды / Л.В.Скворцов. - М.: ИНИОН РАН, 2001.- 288 с.

151. Соснина Т.Н., Гончуков П.Н. Словарь трактовок понятия "Информация" (обучающего типа) / Т. Н., Соснина, П. Н. Гончуков. - Самара СГАУ 1997.- 212 с.
152. Социальное пространство большого города: [монография] / Под ред. Г. В. Еремичевой; Социологический институт РАН — филиал ФНИСЦ РАН. - СПб.: ИС РАН — филиал ФНИСЦ РАН, 2018. - 392 с.
153. Степанова Т.Е. Экономика знаний: методологический аспект / Т.Е. Степанова. - Саратов: Издательство Саратовского университета, 2004. — 125 с.
154. Степин В. С. Философия и универсалии культуры / В. С. Степин. - СПб.: СПбГУП, 2000. - 20 с.
155. Степнова Л.А. Социальная мифология и проблемы современного социального мышления /Л.А.Степанова. – М.: Советский спорт,1999. – 158 с.
156. Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Т.Стюарт. - М.: Поколение, 2007. - 368 с.
157. Тихонова Н. Е. Социальная структура России: теории и реальность. - М.: Новый хронограф: Ин-т социологии РАН, 2014. – 408 с.
158. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. - М.: АСТ, 2010.- 795 с.
159. Тощенко Ж.Т. Прекариат: от протокласса к новому классу. Монография / Ж.Т.Тощенко.- М. : Наука, 2018.– 350 с.
160. Тощенко Ж.Т. Социология жизни / Ж.Т. Тощенко. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 399 с.
161. Тощенко Ж.Т. Этнократия: История и современность. Социологические очерки / Ж. Тощенко. – М.: ИС РАН, 2003. – 432 с.
162. Ульяновский А.В. Мифодизайн в рекламе: учеб. пособие. - СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2011. - 168 с.
163. Ульяновский А.В. Мифодизайн: Коммерческие и социальные мифы / А.В. Ульяновский. - СПб.: Питер, 2005. - 544 с.
164. Уткин А.И. Глобализация: процесс и осмысление /А.И. Уткин. - М.: Логос, 2001. - 271 с.

165. Фатеева И.А. Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации: монография / И.А. Фатеева. – Челябинск: Челябинский государственный университет, 2007. – 270 с.
166. Фестингер Л. Теория когнитивного диссонанса = A theory of cognitive dissonance / Л. Фестингер; [Пер. А. Анистратенко, И. Знаешева]. - СПб.: Ювента, 1999. - 317 с.
167. Флиер, А. Я. Культурология для культурологов: учеб. пособие для магистрантов и аспирантов, докторов и соискателей, а также преподавателей культурологии. - М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2000. - 492 с.
168. Флоренский П. А. Столп и утверждение истины / П.А. Флоренский. - М.: Изд-во «Правда», 1990. Ч. 1, 2. – 827 с.
169. Франц М.-Л. фон. Архетипические паттерны в волшебных сказках / М.-Л. фон Франц. - М.: Независимая фирма «Класс», 2007. - 256 с.
170. Фрейд З. Психология бессознательного. Сборник произведений / З.Фрейд. - М.: Просвещение. 1989. -448 с.
171. Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. Пер. с фр. В.П. Визгина и Н.С. Автономовой / М. Фуко. – СПб.: А-сad, 1994. – 408 с.
172. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас. - СПб.: Наука, 2001. -382 с.
173. Хабермас Ю. Проблема легитимации позднего капитализма /перевод с немецкого Л. В. Воропай. - М.: Праксис, 2010 – 264 с.
174. Хайек Ф.А. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма / Ф.А.Хайек. - М.:Новости, 1992. – 302 с.
175. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций / С.Хантингтон. - М.: AST Publishers, 2014. - 660 с.
176. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / Р.Харрис. - СПб.: Прайм-Еврознак; М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2002. – 445 с.

177. Харрисон Л. Главная истина либерализма: как политика может изменить культуру и спасти ее от самой себя / Пер. с англ. /Л. Харрисон. - М.: Новое издательство, 2008. - 282 с.
178. Хегенхан Б. Теория научения / Б. Хегенхан, М. Олсон; [пер. с англ. Л. Бутылина и др.]. - 6-е изд. - СПб. [и др.]: Питер, 2004. - 473 с.
179. Хиллман Дж. Миф анализа: три очерка по архетипической психологии / Дж. Хиллман. - М.: Когито-Центр, 2005. - 352 с.
180. Цветкова М.С. Модели непрерывного информационного образования. Учебное пособие. / М.С. Цветкова. - М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012.- 413 с.
181. Цивилизации в глобализующемся мире: предварительные итоги междисциплинарного проекта : по материалам Научной конференции / [отв. ред. В. Г. Хорос]. – М.: ИМЭМО РАН, 2009. - 162 с.
182. Цыганов В.В., Бородин В.А., Шишкин Г.Б. Интеллектуальное предприятие: механизмы овладения капиталом и властью (теория и практика управления эволюцией организации) / В.В. Цыганов, В.А. Бородин, Г.Б. Шишкин. - М.: Университетская книга, 2004. - 767 с.
183. Черносветов П.Ю. Закон сохранения информации и его проявление в культуре / П.Ю.Черносветов. – М.: Книжный дом «ЛИБ-РОКОМ», 2009. – 296 с.
184. Шеннон К. Работы по теории информации и кибернетике /К. Шеннон. - М.: Изд-во иностранной литературы, 1963. – 829 с.
185. Шестаков В.П. Мифология XX века: Критика теории и практики буржуазной «массовой культуры» / В.П.Шестаков. - М.: Искусство, 1988. - 224 с.
186. Шестопап Е.Б. Политическая психология: учебник для вузов / Е.Б. Шестопап. - М.: Аспект Пресс, 2007. – 432 с.
187. Шестопап Е.Б. Психологический профиль российской политики 1990-х: Теоретические и прикладные проблемы политической психологии /

Е.Б. Шестопал. - М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2000. - 431 с.

188. Шомова С.А. От мистерии до стрит-арта. Очерки об архетипах культуры в политической коммуникации. / С.А.Шомова. - М.: Высшая школа экономики (Государственный университет), 2016. - 264 с.

189. Шютц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии / А. Шютц. - М.: Институт фонда «Общественное мнение», 2003.- 336 с.

190. Элиаде М. Космос и история. Избранные работы / М.Элиаде. - М.: Прогресс, 1987. – 312 с.

191. Элиаде М. Мифы, сновидения, мистерии / М. Элиаде. - М.: «Рефл-бук», «Ваклер», 1996. -228 с.

192. Юнг К. Г., Хендерсон Д. Л. [и др.] Человек и его символы / под общ. ред. С. Н. Сиренко / К.Г. Юнг, Д.Л. Хендерсон и др. - М.: Серебряные нити,1997. – 368 с.

193. Юнг К. Г. Аналитическая психология / К. Г. Юнг. – М. : ООО «АСТ ЛТД», 1994.– 400 с.

194. Юнг К. Г. Душа и миф: шесть архетипов / К.Г. Юнг. - Киев: Государственная библиотека Украины для юношества, 1996. - 384 с.

195. Юнг К. Г. Сознание и бессознательное / К.Г. Юнг. - СПб.: Университетская книга: -М.: АСТЖ 1997.- 178 с.

196. Юнг К.Г. Архетип и символ / К.Г.Юнг. - М.: Ренессанс, 1999. – 343 с.

197. Юнг К.Г. Очерки по психологии бессознательного /Е.Г. Юнг. - М.: Когито-Центр, 2010. – 350 с.

198. Юнг К.Г. Феномен духа в искусстве и науке / К.Г.Юнг. - М.: Прометей, 1992. – 314 с.

199. Ядов В.А.. Клеман К., Андреев А. и др. Воздействие западных социокультурных образцов на социальные практики в России: (Теория

наблюдения, биографические интервью, советы студентам.) / В.А.Ядов, К. Клеман, А. Андреев и др. - М.: ТАУС, 2009. - 352 с.

200. Янов А. Л. Патриотизм и национализм в России. 1825 – 1921 / А.Л. Янов. - М.: ИКЦ «Академкнига», 2002. - 398 с.

201. Baudrillard J. Simulacra and Simulation / J. Baudrillard. - Michigan: University of Michigan Press, 1994. – 164 p.

202. Bell D. Cultural Contradictions of Capitalism / D.Bell.- New York: Basic Books,1976. Xvi +301.

203. Blumer H. Symbolic Interaction / H. Blumer. - Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1969. – 208 p.

204. Bourdieu P. Reproduction in Education, Society and Culture / P. Bourdieu.- London: Sage, 1990. – 288 p.

205. Bourdieu P. The Logik of Practice / P. Bourdieu. - Stanford: Stanford University Press,1990. -340 p.

206. Giddens A. The Construction of Society: Outline of the Theory of Structuration / A. Giddens. Berkeley: University of California Press, 1984. -404 p.

207. Jung C.G. The Structure and Dynamics of the Psyche Collected Works / C.G. Jung. Vol. 8. - New York ; London:Princeton University Press, 1960. - 645 p.

208. Latour B. Reassembling the social An Introduction to Actor-Network-Theory / B. Latour.- Oxford: Oxford University Press, 2005. - 301 p.

209. Lippmann W. Public Opinion / W. Lippmann.- New York: The Free Press, 1922. – 266 p.

210. Mach Z. Symbols, Conflict, and Identity: Essays in Political Anthropology / Z. Mach. - Albany: State University of New York Press, 1993.- 297 p.

211. Mead M. Twentieth century faith. Hope and survival / M. Mead. - New York: Harper & Row, 1972. – 172 p.

212. Psychoanalysis and Culture at the Millennium // Ed. by N. Ginsburg and R.Ginsburg. - New Haven – London: Yale University Press, 1999.- 394 p.

213. Searle J. R. Making the Social World: The Structure of Human Civilization /J.R. Searle. - Oxford: Oxford University Press, 2010. - 224 p.

214. Searle J. R. The Construction of Social Reality / J.R. Searle. - New York: The Free Press, 1995. - 256 p.

215. Storh A.K. Zur Kritik Des Begriffs Vom Nationalreichtum. Eine akademische Vorlesung. / A.K. Storh. - St.Petersburg: Gedruckt bey der Kayserl. Academie d. Wißenschafften, 1827.-320 S.

216. Thomas W.I., Thomas D. S. The Child in America: Behavior Problems and Programs / W.I. Thomas, D.S. Thomas.- New York: Knopf, 1928. – 583 p.

217. Waters M. Modern Sociological Theory. -London: Sage, 1994.- 368 p.

Неопубликованные документы: диссертации:

1. Кухта М.С. Методология моделирования восприятия визуальной информации: дис. ... д-ра философ. наук: 09.00.08 /Кухта Мария Сергеевна. - Томск, 2004.- 250 с.

2. Лаво Р.С. Этнокультурная дисперсия ассирийцев в контексте современной глобализации (на примере ассирийской диаспоры в России) : дис...д-ра философ. наук: 09.00.13 / Лаво Роза Сулеймновна.- Ставрополь, 2009. – 424 с.

3. Пидшморга Ю.В. Социокультурное воздействие рекламы на ценности современного российского общества: дис... канд. культ.: 24.00.01/Пидшморга Юлия Владимировна. - Краснодар, 2009. - 262 с

Неопубликованные документы: авторефераты диссертаций:

1. Афанасьева Е.Н. Архетипические элементы в массовом сознании современного российского общества (аспекты использования в технологиях рекламы и PR) (По результатам социологических исследований в г. Красноярске в 2003-2004 гг.): Социология культуры, духовной жизни:

автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.06 / Афанасьева Екатерина Николаевна. - Красноярск 2005. – 18 с.

2. Гайдарева И.Н. Информационная культура личности в условиях трансформации российского общества: социологический аспект: автореф. дис. ... канд. социол. наук: 22.00.06 / Гайдарева Инна Николаевна. Майкоп, 2002.

3. Десяев С.Н. Категории пространства и времени в образной структуре телевизионной публицистики: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. 10.01.10 / Десяев Сергей Николаевич.- М., 2005. – 47.

4. Ермасова А.А. Ментальность русского человека как феномен национальной культуры (философско-антропологический анализ): автореф. дис. ...д-ра философ. наук. 09.00.13 / Ермасова Александра Анатольевна - СПб.- Пушкин: ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2007. - 42 с.

5. Микерина Т.В. Информационная культура и кризис социокультурной идентичности в условиях глобализации: социально-философский анализ: автореф. дис. ... канд. филос.: 09.00.11 / Микерина Татьяна Всеволодовна. - СПб., 2010. -23 с.

6. Нанаева Б.Б. Социокультурные традиции в контексте становления и развития самосознания этноса: автореф...д-ра философ. наук.- 24.00.01 / НанаеваБорятБалаудиновна. - Ростов-на-Дону: ЮФУ, 2010. - 46 с.

7. Нестерова Л.В. Формирование информационной культуры будущих инженеров лесного комплекса в процессе гуманитарной подготовки: автореф. дис... канд. пед. наук : 13.00.08 / Нестерова Любовь Васильевна .- Брянск, 2002. – 22 с.

8. Нигматуллина Г.Ф. Культура российских интернет-сообществ в условиях становления информационного общества: автореф. дис. ... канд. социологич. наук: 22.00.06 / Нигматуллина ГузелияФаридовна. - Тюмень, 2011.- 22 с.

9. Печенкина О. А. Этика симулякров Жана Бодрийяра (анализ постмодернистской рецепции эпического): автореф. дис. ... канд. философ. наук: 09.00.05 / Печенкина Ольга Александровна. - Тула, 2006. - 30 с.

10. Полякова Г.В. Информационная культура в современном обществе: философские аспекты: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11 / Полякова Галина Викторовна. - М., 2015. – 35 с.

Электронные ресурсы

1. Адамьянц Т. З. Социальные смыслы глобальных процессов и перемен: механизмы и катализаторы [монография] [Электронный ресурс] / Т. З. Адамьянц; Институт социологии РАН. М.: Институт социологии РАН, 2017.– 69 с. - Режим доступа: <http://www.isras.ru/publ.html?id=5020>.

2. Арефьев А.М., Давыленкова А.В. Массовая культура как доминантная культура глобализирующегося общества [Электронный ресурс] / А.М. Арефьев, А.В. Давыленкова // Труды СПбГИК. - 2015. - Т. 206. - Ч.1. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-kultura-kak-dominantnaya-kultura-globaliziruyuschegosya-obschestva>.

3. Афанасьев С.В. Информационная культура: типологический анализ [Электронный ресурс] / С.В. Афанасьев // Философская мысль. - 2018. - №1. - С.59-70. - Режим доступа: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=21885.

4. Афанасьев С.В. Информационная культура: типологический анализ [Электронный ресурс] / С.В. Афанасьев // Философская мысль. - 2018. - №1. - С. 59–70. - Режим доступа: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=21885.

5. Афанасьев С.В. Информационная культура: типологический анализ [Электронный ресурс] / С.В. Афанасьев // Философская мысль. – 2018. – № 1. – С. 59-70. - Режим доступа: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=21885.

6. Большакова А.Ю. Теория архетипа и концептология [Электронный ресурс] / А.Ю.Большакова // Культурологический журнал. - 2012. - № 1 - Режим доступа: http://www.cjournal.ru/rus/journals/109.html&j_id=9.

7. Большакова А.Ю. Теория архетипа и концептология [Электронный ресурс] / А.Ю.Большакова // Культурологический журнал. — 2012. — № 1. - Режим доступа: http://www.cjournal.ru/rus/journals/109.html&j_id=9 .

8. Бурукина О.А. Национальные стереотипы как культурные универсалии [Электронный ресурс] / О.А. Бурукина // Вестник ТГУ. — 2010. — №12. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnye-stereotipy-kak-kulturnye-universalii>.

9. Василенко И.А. Архетипические основы русской культуры и современная имиджевая политика России [Электронный ресурс] / И.А. Васильева. - Режим доступа: <http://www.perspektivy.info/print.php?ID=351010>.

10. Василенко И.А. Архетипические основы русской культуры и современная имиджевая политика России [Электронный ресурс] / И.А.Василенко. - Режим доступа: <http://www.perspektivy.info/print.php?ID=351010> .

11. Владимир Путин встретился в Свято-Даниловом монастыре с представителями религиозных конфессий России 8 февраля 2012 г.: Стенограмма [Электронный ресурс] / В.В.Путин // Владимир Путин. 2012 - Режим доступа: <http://putin2012.ru/events/216>.

12. Выпряжкин И. А. Психология рекламы: архетипы [Электронный ресурс] / А.И. Выпряжкин // Достижения науки и образования. - 2018. - №12 (34). - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologiya-reklamy-arhetipy>.

13. Гущин А.В., Филатова О.Н. Информационно-коммуникативная культура педагога как ведущий аспект перехода педагогического образования в новое качественное состояние [Электронный ресурс] / А.В.

Гущин, О.Н. Филатова // Фундаментальные исследования. - 2014. - № 8-2. - С. 454-458. - Режим доступа: <http://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=34578>.

14. Добычина Н.В. Онтология виртуального пространства: информация, символ, гипертекст [Электронный ресурс] / Н.В.Добычина // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 2.. - Режим доступа: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=8966>.

15. Елистратова Н.Н. Информационная культура как критерий информатизации высшего образования в современных условиях реформирования [Электронный ресурс] / Н.Н. Елистратова // Современные научные исследования и инновации.- 2012. - № 7. - Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2012/07/15770>.

16. Елистратова Н.Н. Информационная культура как критерий информатизации высшего образования в современных условиях реформирования [Электронный ресурс] / Н.Н. Елистратова // Современные научные исследования и инновации. - 2012. - № 7. - Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2012/07/15770> (дата обращения: 22.08.2019)

17. Ерофеева И.В. Архетип в медиатеке: возможности и особенности воспроизведения [Электронный ресурс] /И.В. Ерофеева // Вестник ЗабГУ. — 2009. — №2. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/arhetip-v-mediatekse-vozmozhnosti-i-osobennosti-vosproizvedeniya>.

18. Закутняя Т.В. Информационная культура личности как необходимый компонент открытого образования [Электронный ресурс] / Т.В. Закутняя // Человек и общество. - 2015. - №1 (42). - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnaya-kultura-lichnosti-kak-neobhodimyy-komponent-otkrytogo-obrazovaniya>.

19. Захаров В.К. Мегатенденции современного общества и возможности для России [Электронный ресурс] / В.К. Захарова //

Современное общество и власть. - 2019. - № 2. - Режим доступа: <http://gmanagement.ru/index.php/ru/archiv/182018-2/867-zakharov-192019>.

20. Зиннатуллина Ю. Ш. Архетипы в рекламе: социально-философский анализ [Электронный ресурс] / Ю.Ш. Зиннатулина // Вестник Башкирского университета. - 2013. - №4. - С.1221-1223. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/arhetipy-v-reklame-sotsialno-filosofskiy-analiz>.

21. Иванова М.Г. Методологические проблемы исследования архетипических мотивов коллективного бессознательного [Электронный ресурс] / М.Г. Иванова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. - 2017. - № 10-2 (84). - С.58-61. - Режим доступа: <https://elibrary.ru/contents.asp?id=34535843>.

22. Иойлева Г.В. Сознание в сфере информатизации общества [Электронный ресурс] / Г.В. Иойлева// Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. - 2014. - №4. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/soznanie-v-sfere-informatizatsii-obschestva>.

23. Карпова Н.В. Политический миф в системе политико-культурной генетики [Электронный ресурс] / Н.В. Карпова. - Режим доступа: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/46752/1/klo_2017_221.pdf.

24. Кастельс М., Кисилева Э. Россия и сетевое общество [Электронный ресурс] / М. Кастельс, Э. Кисилева. Режим доступа: <http://www.socio.ru/wt/00-1/Castels.htm>.

25. Квитко А. Ю. Информационная культура личности [Электронный ресурс] / А.Ю. Квитко// Научные ведомости БелГУ. Серия: Философия. Социология. Право. - 2010. - №2 (73). - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnaya-kultura-lichnosti>.

26. Киричек П.Н. Массовая информация в пространстве культуры [Электронный ресурс] / П.Н. Киричек // Вопросы теории и практики

журналистики. - 2014. - №5. - Режим доступа:
<https://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-informatsiya-v-prostranstve-kultury>.

27. Кобелева Х.А. Гражданское общество сквозь призму особенностей политического генотипа России [Электронный ресурс] / Х.А. Кобелева // Вестник ВГУ. Серия: История. Политология. Социология. -2018. - № 1. - С100-103. - Режим доступа:
<http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/history/2018/01/2018-01-15.pdf/> .

28. Колчева Э.М. Понятие «культурный архетип» как инструментальный анализа национального искусства [Электронный ресурс] /Э.М. Колчева // Знание. Понимание. Умение. -2015. - №1. - С.254-263. - Режим доступа:
http://www.zpu-journal.ru/zpu/contents/2015/1/Kolcheva_Cultural-Archetype/24_2015_1.

29. Красавина А.В.Бытовой диалог как основной принцип телеэкранизации [Электронный ресурс] / А. В. Красавина. - Режим доступа:
<http://www.gramota.net/materials/1/2008/2-3/39.html>.

30. Красавина А.В. Бытовой диалог как основной принцип телеэкранизации [Электронный ресурс] / А.В. Красавина. - Режим доступа:
<http://www.gramota.net/materials/1/2008/2-3/39.html>.

31. Кулагин Д.Л. Мифологические архетипы в русских народных сказках [Электронный ресурс] / Д.Л. Кулагин // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики // Грамота. - 2016. - №6(68): - В 2-х ч. Ч.1. - С. 91-95. - Режим доступа: <https://elibrary.ru/contents.asp?id=34235336>.

32. Купцова И.А. Российская цивилизация, русская культура, культура русской провинции: характеристики и взаимодействие [Электронный ресурс] / И.А. Купцова // Вестник МГУКИ. - 2010. - №2. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskaya-tsivilizatsiya-russkaya-kultura-kultura-russkoj-provintsii-harakteristiki-i-vzaimodeystvie>.

33. Купцова И.А. Русская провинциальная культура и российская цивилизация: сущность и взаимодействие [Электронный ресурс] / И.А.

Купцова // Среднерусский вестник общественных наук. -2008. - №4. - Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/russkaya-provintsialnaya-kultura-i-rossiyskaya-tsivilizatsiya-suschnost-i-vzaimodeystvie>.

34. Кучербаева А.Е., Литвинов В.А., Казорина А.В. Мифологическое и архетипическое в рекламном образе [Электронный ресурс] / А.Е. Кучербаева, В.А.Литвинов, А.В.Казорина // Постулат.2016. № 11. - Режим доступа:

<https://scholar.google.com/scholar?newwindow=https://scholar.google.com/scholar?newwindow=1&hl=ru&biw=1298&bih=555&um=1&ie=UTF8&lr&q=related:XWymsXBH0ENa2M:scholar.google.com/>.

35. Ландерова А.А. Архетипы российской политической культуры: истоки формирования [Электронный ресурс] / А.А. Ландерова // Вестник Поволжского института управления. - 2015. - №5(50). - С.101-106. -Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/arhetipy-rossiyskoy-politicheskoy-kultury-istoki-formirovaniya>.

36. Ландерова А.А. Архетипы российской политической культуры: истоки формирования [Электронный ресурс] [Электронный ресурс] / А.А.Ландерова // Вестник Поволжского института управления. - 2015. - №5(50). - С.101-106. -Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/arhetipy-rossiyskoy-politicheskoy-kultury-istoki-formirovaniya>.

37. Лебедева Н.М. Люди XXI века [Электронный ресурс] / Н.М.Лебедева. - Режима доступа: <http://www.rg.ru/2009/09/08/ludi-site-anons.html>.

38. Легенды брендинга. Что общего между маркетингом и мифологией [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/brand/myth_branding.htm.

39. Леонтьев А.А. Языковое сознание и образ мира [Электронный ресурс] / А.А. Леонтьев // Вопросы психолингвистики. - 2016. - №1 (27). - Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovoe-soznanie-i-obraz-mira>.

40. Леонтьева Л.С., Марковцева О.Ю. Медиаобразование как фактор гуманизации социальных коммуникаций [Электронный ресурс] / Л.С. Леонтьева, О.Ю. Марковцева // Современные проблемы науки и образования. - 2014. - № 5. - Режим доступа: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=14788>.

41. Мошкина О.В. Медиакультура как система информационного общества: специфика и сущность [Электронный ресурс] / О.В. Мошкина // Вестник ЧГАКИ. - 2014. - №3 (39). - С.95-99. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediakultura-kak-sistema-informatsionnogo-obschestva-spetsifika-i-suschnost>.

42. Мухамеджанова Н.М. Феномен провинции и провинциальной культуры в социокультурном измерении [Электронный ресурс] / Н.М. Мухамеджанова. - Режим доступа: // <http://www.gramota.net>. 2017. № 7 (81). С.143-146.

43. Омелечкин О.В. Гражданская культура России: проблемы формирования [Электронный ресурс] / О.В.Омелечкин // Вестник КемГУ. - 2015. - №2-2(62) - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/grazhdanskaya-kultura-rossii-problemy-formirovaniya>.

44. Особенности модернизации социальной структуры российского общества: [монография]. [Электронный ресурс] / [З. Т. Голенкова и др.]. М.: ФНИСЦ РАН, 2018. - Режим доступа: <https://www.isras.ru/publ.html?id=6805>.

45. Петрушкевич М.С. Особенности конструирования моделей массовой религиозной коммуникации [Электронный ресурс] // М.С.Петрушкович // StudiaHumanitatis. - 2017. - № 2. - Режим доступа: <http://st-hum.ru/en/node/548>.

46. Познин В.Ф. Современные СМИ: между правдой и вымыслом / В.Ф. Познин // Медиаскоп. - 2014. - № 2. - Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/>.

47. Познин В.Ф. Современные СМИ: между правдой и вымыслом [Электронный ресурс] / В.Ф. Плевако // Медиаскоп. - 2014. - № 2. - Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/>.

48. Попов А.И. Канон как социокультурное явление, его сущность, структура и функции [Электронный ресурс] / А.И.Попов // Аналитика культурологии. - 2015. - №2 (32). - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kanon-kak-sotsiokulturnoe-yavlenie-ego-suschnost-struktura-i-funktsii>

49. Ромах О. В., Лапина Т. С. Антропологические представления о человеке как творца и производного культуры [Электронный ресурс] / О.В. Ромах, Т.С. Лапина // Аналитика культурологии. - 2010. - №16. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/antropologicheskie-predstavleniya-o-cheloveke-kak-tvortsa-i-proizvodnogo-kultury>.

50. Семкина М. В. Использование бессознательных мотивов в рекламе как инструмент манипулирования сознанием [Электронный ресурс] / М.В. Семкина // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. - 2007. - №1. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-bessoznatelnyh-motivov-v-reklame-kak-instrument-manipulirovaniya-soznaniem>.

51. Шомова С.А. Ключ к власти (Архетипические паттерны политической риторики) [Электронный ресурс] / С.А.Шомова // Медиаскоп. - 2014. - №3. - Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/issues/523>.

52. Шомова С.А. Ключ к власти (Архетипические паттерны политической риторики) [Электронный ресурс] / С.А. Шомова // Медиаскоп. — 2014. — №3. - Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/issues/523>.

53. Щеглов И.А. Социализация личности как теоретическая проблема [Электронный ресурс] / И.А. Щеглов // Теория и практика общественного развития. - 2014. №1. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsializatsiya-lichnosti-kak-teoreticheskaya-problema>.

54. Щербинина Н.Г. Архаика в российской политической культуре [Электронный ресурс] / Н.Г. Щербинина. - Режим доступа: http://files.php?f=pf_f06c15c48ab207cc3c8b4e7fbce607c4.

55. Щербинина Н.Г. Архаика в российской политической культуре [Электронный ресурс] / Н.Г. Щербинина. Режим доступа: web-local.rudn.ru. - Режим доступа: http://files.php?f=pf_f06c15c48ab207cc3c8b4e7fbce607c4

56. Ядов В.А. К вопросу о национальных особенностях модернизации российского общества [Электронный ресурс] /В.А. Ядов // ФНИСЦ РАН: [веб-сайт]. 2010. - Режим доступа: <http://www.isras.ru/publ.html?id=1736>.

57. Ярцева К.В. Понятие «Картина мира». Адаптивная функция картины мира [Электронный ресурс] / К.В. Ярцева // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. - 2010. - №4. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-kartina-mira-adaptivnaya-funktsiya-kartiny-mira>.

58. Khan S. Leadership in the Digital Age: a Study on the Effects of Digitalization on Top Management Leadership. Digitala Vetenskapliga Arkivet. September, 16th [Электронный ресурс] /S. Khan. - Режим доступа: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:971518/FULLTEXT02.pdf>.

Статьи

1. Аблеев С.Р., Кузьминская С.И. Массовая культура современного общества: теоретический анализ и практические выводы / С.Р. Аблеев, С.И. Кузьминская // Этика и наука будущего. Материалы II Российской междисциплинарной научной конференции. - М: Дельфис, 2002. С. 239-243.

2. Аверинцев С.С. Архетипы / С.С. Аверинцев // Мифы народов мира. - М.: Издательство восточной литературы, 1991. Т.1. С.110-111.

3. Агешин Ю.А. Информационная культура /Агешин Ю.А. // НТИ. Серия 1. Организация и методика информационной работы. - 1998. - № 3. -

С.10-12; Семенюк Э. П. Информационная культура общества и прогресс информатики / Э. П. Семенюк // НТИ. Серия. 1. - 1994. - № 1. - С. 2-7.

4. Александров В.Б. Архетипы провинциального сознания как проблема информационной политики / В.Б. Александров // Управленческое консультирование. - 2018. - №5. - С.143-151.

5. Алексеева А.Г. Культурные архетипы в структуре имиджа политического лидера / А.Г.Алексеева // Труд и социальные отношения. - 2010. - №10. - С.108-113.

6. Алексеенкова В.Н. Диалектическая модель творчества как опыт познания / В.Н. Алексеенкова // Культурная жизнь Юга России. -2017. - №1(64). - С.26-29.

7. Антонова С.Г. Информационная культура личности: вопросы формирования / С.Г. Антонова // Высшее образование в России. - 1994. - № 11. - С.82-88.

8. Антонова С.Г. Информационное мировоззрение (к вопросу об определении сущности понятия / С.Г.Антонова // Проблемы информационной культуры: Сборник статей. Вып.3. - М.: [Б.и.], 1996.- С.25-32.

9. Апиш М.Н. Формирование информационной культуры первоклассников в период адаптации к школе / М.Н.Апиш // Концепт.- 2017. - № Т34. - С.113-119.

10. Асланукова М.М., Важинская И.А. Деятельностная педагогика в формировании информационной культуры школьников средствами медиаобразования / М.М. Асланукова, И.А. Важинская // Непрерывное педагогическое образование.ru. - 2013. - № 6. С. 2.

11. Астафьева О. Н. Многообразие моделей этнокультурной идентичности в современном информационно-коммуникативном пространстве /О.Н. Астафьева // Глобализация и перспективы современной цивилизации / отв. ред. К. Х. Делакаров. - М.:КМК, 2005. С. 106-119/

12. Аузан А. А Социокультурные коды в экономическом анализе /А.А. Аузан // Журнал новой экономической ассоциации. - 2013. - № 1 (17). - С. 173-176.
13. Ахиезер А. С., Яковенко И. Г. Что же такое общество? / А.С. Ахиезер, И.Г. Яковенко // Общественные науки и современность. - 1997. - №3. - С. 30–37.
14. Байков Э.А. Виртуальный компонент духовного бытия общества / Э.А. Байков // Вестник ОГУ. - 2007. - № 7/июль.- С. 38-43.
15. Бединская Ю.В. Особенности функционирования архетипических образов в отечественных телефильмах (на примере сериала «Ликвидация») / Ю.В. Бединская// Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика». - 2012. - №3. - С.131-138.
16. Белов А.В. Информационное общество и информационная культура в России: к постановке проблемы /А.В.Белов // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия.7. Философия. Социология и социальные технологии. - Вып.1. - 2009. - С.24-35.
17. Белоусова К.И., Тетерина Е.В. Архетипы в рекламе / К.И. Белоусова, Е.В. Тетерина // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. - 2013 - Т. 2 - № 9. - С. 236-237.
18. Беляев Р.В., Григорьева Е.И. Информационная культура личности: ведущие методологические подходы / Р.В. Беляев // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. - 2016. - № 2 (70). - С. 90-96.
19. Беляева Л.А., Новикова О.Н. «Человек играющий» в эпоху постмодерна / Л.А.Беляева, О.Н. Новикова // Идеи и идеалы. - 2018. - Т.2. - № 3 (37). - С.82-95.
20. Бенина Л.И. Политическое бессознательное в массовой политической культуре / Л.И. Бенина //Вестник Башкирского университета. - 2011. - Т.16. - № 4. - С.1354-1360.

21. Бергер П., Бергер Б. Социология: Биографический подход / П. Бергер, Б. Бергер // Личностно-ориентированная социология / Пер. с англ. В. Ф. Анурина. - М.: Академический проект, 2004. - С. 25–396.
22. Бердяев Н.А. Судьба России. Опыты по психологии войны и национальности / Н.А. Бердяев. - М.: Философское общество, 1990. - 240 с.
23. Берман Н.Д. Информационная культура как основа профессиональной деятельности / Н.Д. Берман // Современные исследования социальных проблем. - 2017. -Т.8. - № 6-2. - С.354-358.
24. Беспалько В.П. Процесс обучения, управляемый компьютером / В.П. Беспалько// Народное образование. - 2017. - № 5(1462). - С. 61-70.
25. Бессонова О.Э. Контрактный раздаток и солидаризм – новая веха российской матрицы // Мир России. - 2019. - № 1. - С.7-29.
27. Богатуров А.Д., Виноградов А.В. Анклавно - конгломеративный тип развития. Опыт транссистемной теории. / А.Д. Богатуров, А.В. Виноградов // Восток-Запад-Россия. Сборник статей. М.: Прогресс-Традиция, 2002. С.109-128.
28. Богомолов И. И., Мохов А.А., Сидорин А.М. Православный храм XXI века / И.И. Богомолов, А.А. Мохов, А.М. Сидорин // Архитектура и строительство России. - 2007.- № 7. – С.27-35.
29. Бодрийяр Ж. Симуляция и симулякры / Ж. Бодрийяр // Современная литературная теория: антология / сост. И.В. Кабанова. - М. : Флинта; Наука, 2004. С. 258–271
30. Бочкарев А.Ю. Механизмы манипулирования общественным сознанием в информационном противоборстве / Ю.А.Бочкарев // Информационные войны. - 2012. - № 2.- С. 2-5.
31. Браун Д. Человеческие универсалии, человеческая природа и человеческая культура / Д. Браун. // Дедал. - 2004. - № 133 (4). - С. 47-54.
32. Бродель Ф. История и общественные науки. Историческая длительность // Философия и методология истории / Ф.Бродель. - М.: Наука, 1977. С.115 – 142.

34. Бубнова И.А. Массовая культура и ее роль в формировании образа мира современной русской молодежи / И.А. Бубнова // Вопросы психолингвистики. - 2011.- № 1 (13). - С. 64-71.
35. Бурдые П. Социальное пространство и символическая власть / П. Бурдые // THESIS.Т. 1.- Вып. 3. -1993. - С. 137-150.
37. Буренко В.И. Политика в контексте мифологии: история и современность / В.И. Буренко // PolitBook. - 2018. - № 3. – С.66-80.
38. Буторин В.Я. Информационная культура общества и личности / В.Я. Буторин // Перестройка: диалектика обновления общества: Сб. науч. трудов. Новосибирск: Просвещение, 1990. С. 70.
39. Бызов Л. Г. Представления и мечты россиян об устройстве России через призму ценностных и идейных противоречий общества / Л.Г. Бызов// Россия реформирующаяся. Вып. 11: Ежегодник/ Отв. ред. М. К. Горшков. М.: Новый хронограф, 2012. С. 142-168.
40. Васильев В.Н., Воронов В.В. Развитие информационной культуры и система непрерывного образования / В.Н. Васильев, В.В. Воронов // Компьютерная революция и информатизация общества. - М., 1990. С. 124 - 237.
41. Васильев С.С. Влияние современных электронных СМИ на подсознание // Историческая и социально-образовательная мысль. - 2012. - № 3. - С. 176-183.
42. Васильева Ю.С. Компьютерная грамотность и информационная этика как основа формирования общей информационной культуры //Гуманитарные научные исследования. - 2017. - №4 (68). - С. 150-153.
45. Верховин В.И. Модели экономического поведения и их вербализация и русском народном фольклоре / В.И. Верховин // Мир России. - 2001.- № 1.- С.106-124.
46. Верховин В.И. Феноменология экономического поведения в русском народном фольклоре / В.И. Верховин // Личность. Культура. Общество. - 2011. -Т. XIII. - Вып. 1 (№№ 61–62). - С.113-130.

48. Винарик Л.С., Васильева Н.Ф. Информационная культура в современном обществе / Л.С. Винарик, Н.Ф. Васильева // Механизм регулирования экономики. - 2009.- №2. - С.80-90.
49. Виноградов В.А., Скворцов Л.В. Информационные потребности и информационная культура / В.А. Виноградов, Л.В.Скворцов // Теория и практика общественно-научной информации. - 1990. - № 4. - С.4-5.
50. Виноградова А.И. К проблеме символических трансформаций в социокультурном пространстве / А.И. Виноградова // Вестник КрасГАУ.2013. - № 8. - С.248-252.
51. Вислогузов В. Теневой сектор будет расти вместе с ВВП // Коммерсантъ. - 2017. - 03. - 07.
52. Власова В.Б. Человек в сфере наследования культуры // Человек в экономике и других социальных средах. - М.: ИФ РАН, 2008. С.96-109.
53. Возьмитель А. А. Образ жизни: от советского к российскому / А.А. Возьмитель // Россия реформирующаяся: Ежегодник-2011 / Отв. ред. академик РАН М. К. Горшков. Вып. 10. - М.; СПб.: Институт социологии РАН, Нестор-История, 2011. С.281-302.
54. Войтов И.В. Экономическая культура и пути ее формирования в России / И.В. Войтов // Вестник московского государственного областного университета. Философские науки. - 2009. - № 2. - С.53-58.
55. Вохрышева М.Г. Формирование науки об информационной культуре / М.Г. Вохрышева // Проблемы информационной культуры: Сборник статей. Вып. 6 Методология и организация информационно - культурологических исследований / Науч. ред.: Ю.С. Зубов, В.А. Фокеев. - М.; Магнитогорск: Российская государственная библиотека (Москва),1997. С.48-63.
57. Выпрямкин И.А. Психология рекламы: архетипы / И.А. Выпрямкин // Достижения науки и образования.- 2018. - № 12 (34). - С.79-83.

58. Галямов А.Р. Архетип как основная формообразующая модель рекламного дискурса / А.Р. Галямов // Вестник Башкирского университета. - 2012. - Т. 17. - № 1. - С. 211-213.

59. Гендина Н.И. Можно ли измерить информационную грамотность (культуру) / Н. И. Гендина // Образование в документах.2009. С. 58-62.

60. Герасимов С.В. Событийное конструирование реальности: социально-политические возможности / С.В. Герасимов // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. - 2019. - Т.9. - № 1 (37). - С.52. - С.51-58.

61. Голенко Я.Ю. Пространственно-временная организация социальной реальности в условиях информационного общества / Я.Ю. Голенко // Социология в современном мире: наука, образование, творчество.- 2016. - № 8-1. – С. 30-34.

62. Горбунова Е.В. Актуализация феномена сакрального в ситуации кризиса современной культуры / Е.В. Горбунова // Сервис Plus. - 2015. - Т.9.- № 1. - С.71-78.

63. Горлова И. И. Что такое информационная культура? / Горлова И.И. // Кубань: проблемы культуры и информатизации.-1995.-№2-3.- С.7-8.

64. Горлова И.И. Информационная культура и проблемы культурной политики / И.И. Горлова // Проблемы информационной культуры: Сборник статей. М.: Московский государственный университет культуры, 1994. С.90-102.

65. Горлова И.И. Формирование информационной культуры личности как непрерывный процесс в системе «Школа-училище-вуз» / И.И. Горлова // Информационная культура специалиста: Гуманитарные проблемы: Межвузовской научной конференции Краснодар-Новороссийск, 23-25 сент. 1993 г.: Тезисы докладов. Краснодар: КГАК, 1993.С.388-390.

67. Горохов Ю.П., Жевнов И.И., Иванников А.Д., Татарников Ю.А. О главных направлениях и задачах информатизации высшей школы / Ю.П.

Горохов, И.И. Жевнов, А.Д. Иванников, Ю.А. Татарников // Высшее образование в России. – 1994. - № 1. - С. 20-29.

68. Горшков М.К. Российское общество в условиях трансформации: мифы и реальность (социологический анализ). 1992–2002 гг. / М.К. Горшков. - М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2003. – 510 с.

69. Грудистова Е.В. Информационная культура в системе организационной культуры / Е.В.Грудистова // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. - 2018. - Т.1. С.155-160; Ерыкалов А.Б. Функции коммуникативной культуры в мультимедийном обществе / А.Б. Ерыкалов // Власть и управление на Востоке России. 2008. - № 3 (44). - С .122-127.

70. Грунт Е.В. Социологический анализ информационной культуры личности в современных условиях / Е.В. Грунт // Известия Уральского государственного университета. - 2010. - № 1(73). - С. 117–125.

71. Грязнова Е.В. Информационная культурология как научное направление: философско-методологический анализ / Е.В. Грязнова // Философия и культура. - 2016. - № 3. - С. 452-458.

72. Гуляихин В.Н. Архетипы политической культуры российских граждан / В.Н. Гуляихин // Социодинамика. - 2013. - № 1. - С. 153 – 170.

73. Гуревич А.Я. Вопросы культуры в изучении исторической поэтики / А.Я. Гуревич // Историческая поэтика: Итоги и перспективы изучения. - М.: Наука 1986. С. 153–167.

74. Гусева Е.С. Новые мифологемы современного сознания: симулякры (к проблеме деструкции бинаризма) / Е.С. Гусева // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Психология. - 2011. - Т.5. - № 2. - С.65.- С.63-69.

75 Гусельцева М.С. Трансформация идентичности в информационной культуре / М.С. Гусельцева // Цифровое общество в культурно-исторической парадигме. Под редакцией Т.Д.Марцинковской, В.Р. Орестовой, О.В. Гавриченко. - М.:МПГУ, 2019. С.38. С.36-43.

76. Дворецкая О.В. Виртуальная реальность и симулякры / О.В. Дворецкая // Вестник Башкирского университета. - 2009. - Т.14. - № 4. - С. 1487-1489.
77. Долганов А.С. Теория архетипов К.Г. Юнга как инструмент мифодизайна в сфере проектирования и управления брендами / А.С.Долганов // Евразийский союз ученых. - 2016. - № 2-3 (23). - С. 17-19.
78. Дронов В.Т. Согласие как цивилизационный архетип российского общества / В.Т. Дронов // Социологические исследования. -2016. - № 9. - С.157-160.
79. Евсеев А.О. Информационная грамотность и компетентность как составляющие информационной культуры в современном образовании //Информатизация образования. - 2013. - № 2 (71). - С. 77-85.
80. Егоров Н.И. К проблеме определения границ предметно-понятийного поля терминов «ментальность» и «менталитет»: этнокультурологический аспект / Н.И. Егоров // Чувашский гуманитарный вестник. - 2014. - № 9. - С.10-35.
81. Задонская И.А. Информационная культура личности как основа формирования информационного общества / И.А. Задонская // Социально-экономические явления и процессы. - 2015. - Т. 10. - № 2. - С. 98-104.
82. Задорин И., Мальцева Д. Исследование информационной культуры и профессиональной коммуникации в социологическом сообществе / И. Задорин, Д. Мальцева // Телескоп. - 2013. - №3(99). -С.41-52.
83. Задохин А. Бессознательное российских политических элит: архетипы и комплексы /А. Задохин // Научно-аналитический журнал «Обозреватель - Observer». - 2011. - № 4. - С.24-31.
84. Зарубина Н.И. Динамика базовых ценностей российской хозяйственной культуры // Историческая психология и социология истории. - 2017. - № 2.- С.180-205.

85. Захаров В.К. Государственность и государственное управление как архетипы / В.К.Захаров // Государственное управление. - 2010.- № 24.- Сентябрь.- С.1-18.
86. Зиммель Г. К вопросу о философии истории / Г. Зиммель // Зиммель Г. Избранное. Т. 1. Философия культуры. М.: Юрист, 1996. – С. 532–537.
87. Зубарева С. С. Культурная идентичность современной молодежи в контексте общества потребления / С. С.Зубарева // Гуманитарий Юга России. - 2018. - Том. 7. - № 4. - С. 127-140.
88. Зубов Ю.С. Информатизация и информационная культура / Ю.С. Зубов // Проблемы информационной культуры: Сборник статей / Под ред. Ю.С. Зубова и И.М. Андреевой. - М.: Издательство Московского государственного университета культуры, 1994. С.43-51.
89. Зубов Ю.С., Петров В.М. Интеграция духовного мира личности и общества как задача информационного мировоззрения / Ю.С. Зубов, В.М. Петров // Проблемы информационной культуры: Сборник статей. Вып.3 М.: Московский государственный университет культуры, 1996.С.13-24.
90. Иванов А.Г., Цельковский А.А. Современная мифология и идеология как регуляторы общественной жизни/ А.Г. Иванов, А.А. Цельковский // Вестник ВГУ: Серия Философия. - 2017. - №2. – С.33-41.
91. Иконникова Н.К. Еще раз об искусственности, латентности и социальности культуры / Н.К. Иконникова // Личность. Культура. Общество. - 2009. - Т.11. - №1 (46-47). – С.120-127.
92. Илюхина В.В. Фактор первообраза в национальном мировоззрении/ В.В. Илюхина // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. - 2014. - №9 (137). – С.14-21.
93. Инглхарт Р. Модернизация и демократия / Р. Инглхарт // Демократия и модернизация: к дискуссии о вызовах XXI века / Под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Европа, 2010 С.165-189.

94. Ионин Л.Г. Социология культуры / Л.Г.Ионин. - М.: Социологос, 2000. - 280 с.
95. Ишханова М.Г. Формирование информационной культуры старшеклассников в контексте требований современного общества /М.Г. Ишханова // Наука о человеке: гуманитарные исследования. - 2015. - № 3(21). - С.100-105.
96. Калиниченко С.С. Архетип как один из приёмов построения рекламы в рамках технологии мифодизайн / С.С. Калиниченко // Сборники конференций НИЦ Социосфера. - 2011. - № 9. - С. 149 - 153.
97. Калинин А.А. Конструирование социальной реальности: социолингвистический аспект / А.А. Калинин // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. - 2016. - Т.16. - № 2. - С.183-185.
98. Кармин А.С. Философия культуры в информационном обществе: проблемы и перспективы / А.С. Кармин // Вестник РФО. - 2005. - № 2. - С. 52 - 56.
99. Карпова Н.В. Политическая культура как структурный элемент механизма функционирования политических систем / Н.В. Карпова // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. - 2016. - №1. - С.182-199.
100. Карпова Н.В. Политическая культура как фактор управления политическими кампаниями / Н.В. Карпова // Политика и Общество. - 2017. - № 6. - С. 81-91.
101. Карпова Н.В. Политический «генотип» как структурный элемент политической культуры / Н.В. Карпова // Вестник Московского университета. Серия 18. Политология и социология. - 2016. - № 2. - С.134-149.
102. Касаева Т.В. Поликультурный человеческий потенциал России / Т.В. Касаева // Вестник университета Российской академии образования. - 2016. - № 5. - С.11-16.

103. Клямкин И. М. Постмилитаристское государство / И.М.Клямкин // Российское государство: вчера, сегодня, завтра.- М.: Канон +, 2007. С.11-30.
104. Клямкин И. М. Российская власть на рубеже тысячелетий / И. М. Климкин // ProetContra. -1999. - Том 4. - № 2. - С. 63-87.
105. Ковригин Б.В., Сеницына Т.И. Методологические идеи русской философии хозяйства / Б.В. Ковригин, Т.И. Сеницына // Международный научно-исследовательский журнал. - 2016. - № 12-2 (54). С.142-145.
115. Ковригин Б.В., Сеницына Т.И. Методологические идеи русской философии хозяйства / Б.В. Ковригин, Т.И. Сеницына // Международный научно-исследовательский журнал. - 2016. - № 12 (54) – Ч. 2 - Декабрь. - С.142-145.
106. Козловский В.В. Понятие ментальности в социологической перспективе / В.В.Козловский // Социология и социальная антропология. - СПб.: Алитея, 1997. С.32-43.
107. Колин К.К. Инновационное развитие в информационном обществе и качество образования / К.К. Колин //Открытое образование. - 2009. - № 3 (74). - С. 63-72.
108. Коломак Л.А., Коломак А.И. Социокультурная стратегия исследования проблемы обыденного сознания / Л.А. Коломак, А.И. Коломак // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. - 2013. - № 2 (35). - С. 122-125.
109. Коркия Э.Д. Медиареальность России как социокультурная система / Э.Д. Коркия // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. - 2012. - № 2. - С.87-96.
110. Коробко Р.В. Особенности архетипа массовой культуры в прикладном поле культурно-информационной деятельности / Р.В. Коробко // Ярославский педагогический вестник. - 2016. - № 1.- С.336-338.
111. Костина А.В. Массовая культура как культура диалога /А. В. Костина // Цивилизации. 2006. Вып. 7.С.234-259.

112. Курилькина О., Овичников А., Самойлова И., Стеценко И., Федоренко С. Правовая политика в сфере экономики и особенности русской этнической культуры / О. Курилькина, А. Овичников, И. Самойлова, И. Стеценко, С. Федоренко // Центральная Азия и Кавказ. -2016. - Т.19. - №1. - С. 78-86.

113. Лаво Р. С. Неотипы - новое коллективное бессознательное эпохи массовой культуры // Модернизация гуманитарного и художественного образования: инновационные стратегии развития Материалы Международной научно-практической конференции: в 2-х частях. Под редакцией: Гриценко В.П., Алексеевой И.В., Зенгина С.С., Еникеева А.А. - Краснодар: КГУКИ, 2014. С. 328-345.

114. Лаво Р.С. Архетипы и неотипы в современной этномузыкальной культуре / Р.С.Лаво // Музыка и музыкант в меняющемся постсоветском пространстве. Материалы международной научной конференции к 40-летию РГК. - Ростов-на-Дону: РГК, 2007. С.193-205.

115. Лаво Р.С. К проблеме менталитета: социокультурный подход // Сборник статей по материалам конференции «Художник и время: взаимодействие культур / Р.С.Лаво.- Краснодар: КГУКИ, 2005. - Вып.2. - С.20-26.

116. Лаво Р.С. Менталитет и ментальность: к проблеме архетипа / Р.С.Лаво // Интеграция науки и высшего образования в социально-культурной сфере. Сборник научных трудов. - Краснодар: КГУКИ, 2005. - Вып.3. - С.91-97.

117. Лаво Р.С. Неотипы — новое коллективное бессознательное в повседневных этнокультурных практиках ассирийских диаспор / Р.С.Лаво // Мир на Северном Кавказе через языки, образование, культуру»: материалы X Международного конгресса: - Пятигорск: ПГЛУ, 2010. С.45—47.

119. Лаво Р.С. Неотипы как источник модернизации коллективного бессознательного дисперсных этносов Юга России (на примере ассирийцев) / Р.С.Лаво // Культурная жизнь Юга России: прошлое, настоящее, будущее

материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 50-летию Краснодарского государственного института культуры. Министерство культуры Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Краснодарский государственный институт культуры».- Краснодар: КГИК, 2016. С. 57-60.

120. Лаво Р.С. Проблемы архетипа в контексте культуры / Р.С.Лаво // Сборник статей «Культурология». – Краснодар: Изд-во КГАУ, 2006. С.35-43.

121. Лаво Р.С. Современное коллективное бессознательное в условиях глобализации / Р.С.Лаво // Актуальные достижения европейской науки – София (Болгария): Бял ГРАД-БГ, 2011.С.78-83;

122. Лаво Р.С. Традиции и инновации в массовой коммуникации / Р.С. Лаво // Традиции и инновации в массовой коммуникации. Материалы первой региональной очно-заочной научно-практической конференции. Краснодар, 21-22 апреля 2017 г. - Казань: Издательство «Бук», 2017, с.24-27.

124. Ламажаа Ч. К., Абдуллаева М.Ш. Архаизация и неотрадиционализм: российские региональные формы // Знание. — Понимание.— Умение. — 2014. — №3. — С.68-80.

125. Леончиков В.Е. Информационная культура личности: поиски методологии / В.Е. Леончиков // Проблемы информационной культуры: Сборник статей. Вып. 6 Методология и организация информационно - культурологических исследований / Науч. ред.: Ю.С. Зубов, В.А. Фокеев. - М.; Магнитогорск: Российская государственная библиотека (Москва),1997. С.91-93.

126. Леончиков В.Е. Информационная культура личности: поиски методологии / В.Е. Леончиков //Информационное общество: культурологические проблемы: Материалы международной научной конференции. - Краснодар-Новороссийск 17-19 сентября 1997 г.: Тезисы докладов.- Краснодар: КГАК, 1997. С. 91-93.

127. Летов Е.В. Сетевая идентичность в культуре современного сетевого сообщества / Е.В.Летов // Вестник МГУКИ - 2013 - №4 (54) - июль–август. -С.62- 65.

128. Линченко С.А., Цыганков А.С. Архетипические начала мифоистории: «идеальное общество» в циклических и линейных моделях исторического времени / С.А. Линченко, А.С. Цыганков // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. - 2013. - №2 (20) - С.28-34.

129. Липовцева Н.С. Сущность социокультурного подхода к анализу общественных и межличностных взаимодействий / Н.С. Липовцева // Этносоциум. - 2016. - 12(102). - С. 53-59.

131. Лысак И.В. СМИ как средство конструирования социальной реальности в современном мире // Альманах современной науки и образования. - 2009. - № - 7-1. - С.92-93.

132. Лытов Д.А., Орский В.В. «Управляющие» и «лидеры» в соционике и теории Майерс-Бриггс / Д.А.Лытов, В.В.Орский // Соционика, ментология и психология личности. - 2001. - № 6.- С. 23-33.

133. Майдыров С.Г. Информация и знания — основные экономические ресурсы и их особенности в постиндустриальном обществе / С.Г.Майдыров // Статистика, учет и аудит. - 2015. - Т.1 (56). - С.129-134.

134. Масленкина А.М., Игнатченко С.Ю. Информационная грамотность младших школьников / А.М.Масленкина, С.Ю.Игнатченко // Роль и значение науки и техники для развития современного общества. Сборник статей международной научно-практической конференции: в 3 частях. - Екатеринбург, 2017; - Уфа: ООО «ОМЕГА САЙНС», 2017. С. 139-143;

135. Матвиенко Д.В. Информационная культурология и информационная антропология как новые научные направления / Д.В. Матвиенко // Культурная жизнь Юга России. - 2008. - № 3. - С. 6–8.

136. Медведева Е.А. Основы информационной культуры / Е.А. Медведева // Социологические исследования.- 1994.- №11.- С.59-67.
137. Межуев В.М. Феномен книги и национальное в культуре / В.М. Межуев // Общество и книга: от Гутенберга до Интернета. М.: Традиция, 2000. С. 95-110.
138. Мелетинский Е.М. Сравнительная типология фольклора: историческая и структурная / Е.М.Мелетинский // Philologica. Памяти акад. В.М. Жирмунского. - Л.: Наука, 1973 С. 385-394.
139. Мельникова А.А., Куц В.А. Глубинные основания русской культуры как база ее иммунитета / А.А.Мельникова, В.А. Куц // Ярославский педагогический вестник. - 2013. - № 3. - Т. 1. -С. 220-224.
140. Мертенс Е.С. Информационная культура потребителей информации как одно из условий информатизации региона / Е.С. Мартенс // Современные проблемы взаимодействия культуры, искусства, образования: Сборник научных трудов. Смоленск: Смоленский государственный институт искусств, 2002. С. 131-135.
141. Мижевская Э.Ф. Роль статусных отношений в модернизации современной России / Э.Ф.Мижевская // Научные труды МИМ ЛИНК. - 2009. - Вып.24. - С.179-189.
142. Микеева О.А. Анализ парадигмальных оснований социокультурного подхода в социальном познании / О.А.Микеева // Научная мысль Кавказа. - 2009. - № 1 (57). - С. 45-48.
143. Микешина Л.А. Жизнь как категория наук об обществе и культуре / Л.А. Микешина // Современные философские проблемы естественных, технических и социально-гуманитарных наук /Под ред. В.В.Миронова.- М.: Наука, 2006. С.501-518.
144. Минкина В. А. Информационная культура специалиста и проблемы ее формирования / В.А. Минкина // Современное библиотечно-информационное образование: Учебные тетради. - СПб.: СПбГУКИ, 1999. Вып.3. С. 121-136.

145. Минкина В. А. Информационная культура и способность к рефлексии / В.А. Минкина // Высшее образование в России. - 1995. - № 4. - С.27-36.

146. Минкина В.А., Брежнева В.В. Формирование информационной культуры личности: роль библиографа / В.А. Минкина, В.В. Брежнева // Мир библиографии. - 1998. - № 4. - С.21-23.

147. Михайленок О. М., Щенина О. Г. «Человек коммуникативный» в цифровом обществе / О.М.Михайленок, О.Г. Щенина // Возможности и угрозы цифрового общества: сборник научных статей / под общ. ред. А.В. Соколова, А.А. Власовой. – Ярославль: Общество с ограниченной ответственностью "Аверс Плюс", 2018. С. 63-67.

148. Михалкович В. И. Развитие киноэстетики и телетеория / В.И. Михалкович // В зеркале критики. Из истории изучения художественных возможностей массовой коммуникации. - М.: Искусство, 1985. С. 89-107.

149. Михаэлис С.И. Становление и развитие информационной культуры личности /С.И. Михаэлис // Информационные технологии в гуманитарном образовании: материалы сборника международной научно-практической конференции. Пятигорск: ПГЛУ, 2008 С. 90–97.

150. Моррис Ч.У. Основания теории знаков / Ч.У. Моррис // Семиотика: Антология / Сост. Ю.С Степанов. Изд. 2-е. – М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2001. С.17-89.

151. Мурунова А.В. Признаки предпринимателя в российском и западном правовом менталитете / А.В. Мурунова // Предпринимательское право. Приложение «Бизнес и право в России и за рубежом». - 2013. - № 3.- С.9-11.

152. Мчедлова М.М. Социально-политические трансформации в России: концептуальные подходы к модернизации и ракурсы религиозного фактора / М. М. Мчедлова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. - 2014. - № 4. - С. 50-58.

153. Найденко Е.А. Симулякры Делеза / Е.А.Найденко // Культурная жизнь Юга России. - 2018. - № 1 (68). - С.23-26.
154. Недяк И.Л. Маркетизация политики в логике и концепциях политического маркетинга / И.Л. Недяк // PolitBook. - 2013. - № 4. - С. 31-46.
155. Никонович Н.А. Онтология архетипов: от мифологической к трансперсональной парадигме / Н.А.Никонович // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия А. Гуманитарные науки. - 2006. - № 7. - С.74-80.
156. Новгородов П.А. Интеллектуальный капитал: понятие, сущность, структура / П.А.Новгородов // Вестник Удмуртского университета. - 2017. - Т. 27. - С.38-49.
157. Овчинникова Е.С. Мифодизайн как инструмент построения бренд-коммуникации / Е.С. Овчинникова // Стратегические коммуникации в современном мире: сборник материалов по результатам научно-практических конференций. - Саратов: СГУ им. Н.Г. Чернышевского, 2018. – С.210-214.
158. Огурчиков П.Г. Мифология как качество современной культуры /П.Г. Огурчиков // Аналитика культурологии. - 2013. - № 1(25). - С.25.- С.24-26.
159. Осборн М. Архетипичные метафоры в риторике: сфера образов «свет-тьма» / М. Осборн // Политическая лингвистика. - 2008. - № 26. - С.182-191.
160. Панарин А. С. Система и культура: на пути обретения больших целей /А.С. Панарин // Анализ систем на пороге XXI века: теория и практика: Материалы международной конференции. Москва 27–29 февраля 1996 г. - М.: [Б.и.], 1996. - Том I. - С. 12–22.
161. Парсонс Т. Система координат действия и общая теория действия: Культура, личность и место социальных систем /Т. Парсонс // Американская социологическая мысль / Под общ. ред. В.И. Добренкова. – М.: МГУ, 1996. С.246-253.

162. Петрова М.В. Душа документального кино, или коллективное бессознательное / М.В.Петрова // Ярославский педагогический вестник. - 2016. - № 1. - С.331-335.

164. Петрюк П.Т. Академик Александр Иванович Ющенко — известный отечественный учёный, психиатр и бывший сабурянин (к 140-летию со дня рождения) / П.Т. Петрюк // Архівпсихіатрії. - 2009. - Т. 15. - № 2. - С. 5–9.

165. Петрюк П.Т. Академик Александр Иванович Ющенко: штрихи к жизненному и научному пути известного отечественного психиатра / П.Т. Петрюк, А.П. Петрюк // Журнал психиатрии и медицинской психологии. - 2009 - № 2 - С. 145-149.

166. Плевако С.В. Архетип как средство построения современного дискурса СМИ / С. В.Плевако // Труды молодых ученых Алтайского государственного университета. - 2010. -№ 7. - С.268 – 270.

167. Погребная Я.В. О компонентах мифопоэтического и некоторых принципах их идентификации / Я.В. Погребная // Филологические науки. Вопросы теории и практики. - 2013. - № 4 (22). - Ч.1. – С.150-154.

168. Почепцов Г.Г. Политические инновации и преодоление барьеров массового сознания / Г.Г. Почепцов // Философские науки. - 2010. - № 1. – С.37-50.

169. Пригожин А.И. Российский этос: обогащение или лечение? / А.И. Пригожин // Общественные науки и современность. —2006. —№ 5. — С.29-40.

170. Пришвина И.Н. Провинциальный историко-этнографический музей как пространство осуществления различных направлений, форм и методов социокультурной практики / И.Н.Пришвина // Социокультурная среда российской провинции в прошлом и настоящем. Сборник научных статей. - Елабуга: Изд-во Елабужского института КФУ, 2015. С.331-335.

171. Прокудин Д. Е: Пределы информационной культуры /Д.Е. Прокудин // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2009. - Т. 1.- № 3.- С. 63-70.

172. Рахинский Д.В. Влияние информационных и коммуникационных технологий на нравственные основы современной глобализации / Д.В. Рахинский // Общество: философия, история, культура. -2016. - № 4. - С. 22-24.

173. Рахманов С.С. Анализ эффективности интернет-рекламы и использование архетипов / С.С. Романов // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (Новочеркасского политехнического института). - 2016. - № 4. -С. 47-54.

174. Розин В.М. К вопросу о культурологии, ее предмете и методе / В.М. Розин // Социально-политический журнал. - 1993. - № 3. - С.101-109.

175. Розмаинский И.В. На пути к общей теории нерациональности поведения хозяйствующих субъектов / И.В. Розмаинский // Экономический вестник Ростовского государственного университета. - 2003. - Т. 1. - № 1. – С. 86-99.

176. Розмаинский И.В. Экономическая культура как фактор и барьер экономического роста / И.В. Розмаинский // JournalofInsitutionalStudies (Журнал институциональных исследований). - 2012. – Т. 4. - №4.-- С.22-32.

177. Рязанов А.В. Функции архаизации как явления в современной России / А.В. Рязанов //Мировоззренческие основания культуры современной России. Сборник материалов VIII Международной научной конференции. Выпуск 8 / Под ред. Жилиной В.А. - Магнитогорск: ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова», 2017. С. 149-154.

178. Селецкий Р.И., Ключев Д.Ю. Медиа и конструирование социального опыта: траектории развития / Р.И.Селецкий, Д.Ю. Ключев // Социокультурные среды и коммуникативные стратегии информационного общества Труды Международной научно-теоретической конференции 28-31

октября 2015 года. Ответственный за выпуск: О.Д. Шипунова. - СПб.: Издательство Политехнического университета, 2015. С. 254-260.

179. Семенов Е.Е. Виртуальная сетевая парадигма политической активности / Е.Е. Семенов // Власть. - 2013.- №4. - С. 34-38.

180. Семенова Е.А. Этнонациональное и универсальное в современной обыденной культуре /Е.А. Семенова // Наука о культуре. Итоги и перспективы: Научно- информационный сборник. - М.: НИИ Культуры МК, 2001. Вып. 3. С. 44-59.

181. Семеновкер Б.А. Моделирование как метод изучения информационной культуры (на примере государственной библиографии) / Б.А.Семеновкер // Проблемы информационной культуры: Сборник статей. Вып. 6. Методология и организация информационно - культурологических исследований / Науч. ред.: Ю.С. Зубов, В.А. Фокеев. - М.; Магнитогорск: Российская государственная библиотека (Москва),1997. С.110-115.

182. Семенюк Э. П. Информационная культура общества и прогресс информатики / Э. П. Семенюк // НТИ. Серия. 1. - 1994. - № 1. - С. 2-7.

183. Сендерович С.Я. Ревизия юнговой теории архетипа / С.Я.Сендерович // Логос.1994.- № 6. - С.144-163.

184. Сергеева А.В. Русские: Стереотипы поведения, традиции, ментальность / А.В. Сергеева. – М.: Флинта - Наука, 2004. – 328 с.

185. Сивринов Б. С. Социальная квазиреальность или виртуальная реальность? / Б.С.Сивринов // Социс. – 2003. – №2. – С. 39-44.

186. Скафа Е.И., Кивай Е.Е. Средства формирования информационно-аналитической культуры старшеклассников / Е.И.Скафа, Е.Е.Кивай // Дидактика математики: Проблемы и исследования. - 2015. - № 42. - С.73-91;

187. Скворцов Л. В. Информационная культура и цельное знание: Избранные труды / Л.В. Скворцов. - М.:ИНИОН РАН, 2001.- 288 с.

188. Скворцов Л.В. Информационная культура и проблема метаобразования / Л.В. Скворцова //Культурология. - 1999. - №3.- С.231-236.

189. Собкин В.С., Родионова К.Э. учащиеся и учителя о задачах и целях школьного образования / В.С. Собкин, К.Э. Родионова // Национальный психологический журнал. - 2018. - № 14(32). - С.109-122.

190. Соколов Б.Г. Социализация в дигитальном мир / Б.Г. Соколов // Медиа в современном мире. 58-е Петербургские чтения: сборник материалов Международного научного форума (18–19 апреля 2019 г.) / Отв. ред. В. В. Васильева. В 2-х томах. Т. 2. - СПб.: СПбГУ, 2019. С.116-117.

191. Соколова Т.Е. Информационная культура школьника как актуальная задача начального образования / Т.Е. Соколова // Информатика и образование.- 2011.- № 3 (221).- С.75-85.

192. Степанычева Е.В. Мифологизация потребления как инструмент брендинга // Социально – экономические явления и процессы / Е.В.Степанычева. - 2011.- №5-6. - С. 216 – 222.

193. Степин В.С. Гражданское общество, правовое государство и право / В.С. Степин // Вопросы философии. - 2002. - № 1.- С.24-25.

194. Степин В.С. Экономика и культура / В.С. Степин // Вестник Московской государственной академии делового администрирования. Серия философские, социальные и естественные науки. - 2012. - № 3(15). – С.5-18.

195. Страшнов В.С. Антропология игры и реальности с точки зрения современной культуры / В.С. Страшнов // Религиозно-философская антропология: христианская традиция и вызовы современной эпохи. - Нижний Новгород: Религиозная организация – духовная образовательная организация высшего образования «Нижегородская духовная семинария Нижегородской Епархии Русской Православной Церкви (Московский Патриарха), 2019. С.126 -135.

196. Стрельчук А.Р. Культурная идентификация в условиях трансформирующегося коммуникативного пространства / А.Р.Стрельчук // Вестник вятского государственного университета. - 2018. - №4.- С.81-84

197. Стрижова Е.В., Андросова И.Г. Архетипические образы в рекламе как инструмент мотивации потребителя / Е.В. Стрижова, И.Г.

Андросова // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Познание. - №8. - август 2018. - С.41-45.

198. Сулейманов М.Р. Виртуальная реальность как феномен и режим действия электронных СМИ / М.Р. Сулейманов // Вестник Поволжской академии госслужбы. - 2009. - № 4(21). – С. 210-215.

199. Сурова Е.С., Васильева М.А. Влияние Интернет среды на репрезентационные и идентификационные стратегии / Е.С.Сурова, М.А. Васильева// Международный научно-исследовательский журнал. - № 03 (57) - Ч. 1 - Март. – С.97-99.

200. Сусоколов А.А. Русский этнос в XX веке: этапы кризиса экстенсивной культуры / А.А. Сусоколов // Мир России. -1994. - №2 - С.33-51.

201. Сычева Т.М. Архаизация: возврат назад или новые возможности? / Т.М.Сычева // Проблемы и тенденции развития социокультурного пространства России: история и современность Материалы V международной научно-практической конференции. Под редакцией Т.И. Рябовой. – Брянск: Издательство БГИТУ, 2018. С. 33-38.

202. Сюткина Е.Н. Проявление архетипики рекламы в массовой культуре / Е.Н. Сюткина // Ученые записки Российского государственного социального университета. - 2010. - № 3(79). - С.130-135.

203. Тард Г. Мнение и толпа / Г. Тард // Лебон Г., Тард Г. Психология толп. М.: Институт психологии РАН, Издательство «КСП+», 1998. С.257-408.

204. Терборн Г. Принадлежность к культуре, местоположение в структуре и человеческое действие: объяснение в социологии и социальной науке / Г.Терн / Пер. с англ. Е.В. Ананьевой // Теория общества. Сборник / Пер. с нем., англ. / Вступ. ст., сост. и общ. ред. А.Ф. Филиппова. - М.: Канон-пресс-Ц, Кучково поле, 1999. С.73-102.

205. Тихонова Н. Е. Социальная модернизация и перспективы культурной динамики в России / Н.Е. Тихонова // Россия реформирующаяся:

Ежегодник-2011 / Отв. ред. академик РАН М. К. Горшков. Вып. 10. М.; СПб.: Институт социологии РАН, Нестор-История, 2011. С.110-126.

206. Трегубенко Л.Е. Симулякры в проблемном поле рекламной коммуникации / Л.Е. Трегубенко // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки. - 2014. - № 4. - С.43. - С.40-44.

207. Трубецкой Е.Н. «Иное царство» и его искатели в русской народной сказке / Е.Н. Трубецкой // Литературная учеба. - 1990. - № 2. - С. 100–118.

208. Тхагопсоев Х.Г. Идентичность в когнитивно-эпистемической системе культурологии // Знание. Понимание. Умение/ Х.Г.Тхагопсоев. - 2011. - №2. - С. 62-67.

209. Успенский Б.А. К проблеме генезиса тартуско-московской семиотической школы / Б.А. Успенский // Актуальные проблемы семиотики культуры. Ученые записки Тартуского университета. - Тарту: Тартуский госуниверситет, 1987. - Т.20. - Вып.746. - С.18-29.

210. Федорова А.С. Архетип Великой Матери в российском искусстве / А.С. Федорова // Вестник Кем ГУКИ. - 2018. - № 42. - С.137-144.

211. Федорова О.Н. Информационно-психологическая безопасность личности в информационном обществе / О.Н. Федорова // Вестник Дальневосточного государственного технического университета. - 2009. - № 2 (7). - С.21-34.

212. Фирсов Б. Ментальные миры современного российского населения / Б. Фирсов // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев. - 2003.- № 4. - С.1-15.

213. Фокеев В.А. Информация в контексте культуры. Информационная культура. (Основная литература, функционирующая в системе научных коммуникаций) / В.А. Фокеев // Проблемы информационной культуры: Сборник статей. Вып. 6 Методология и организация информационно - культурологических исследований / Науч.

ред.: Ю.С. Зубов, В.А. Фокеев. - М.; Магнитогорск: Российская государственная библиотека (Москва), 1997. С.157-176.

214. Фомина В.П., Алексеева С.Г. Иерархия целей государственного управления / В.П. Фомина, С.Г. Алексеева // Микроэкономика. - 2014. - № 1. - С.4-7.

215. Хамукова Б.Х. Медиакультура как феномен информационного общества / Б.К. Хамукова // Кросс-культурное пространство литературной и массовой коммуникации материалы международной научной конференции. - Майкоп: Адыгейский государственный университет, 2016. С. 311-314.

216. Хангельдиева И.Г. О понятии «информационная культура» / И.Г. Хангельдиева // Информационная культура личности: прошлое, настоящее, будущее: Матер, междунар. науч. конф. Краснодар: КГИК, 1993. С.3-8.

217. Хачатурян В.М. Архаизация и модернизация в современной России: к проблеме модернизационного потенциала архаики / В.М. Хачатурян // Исторические повороты культуры. Сборник научных статей (к 70-летию профессора И.В. Кондакова). - М.: Изд.-во «Согласие». 2018. - С.33-38.

218. Хендерсон Д. Культуральное бессознательное / Д. Хендерсон // Хендерсон, Д. Психологический анализ культурных установок: пер. с англ. М.: Добросвет, 1997. С. 154–155.

219. Хитарова Т.А. Образы животных сквозь архетип «Верх» в современной литературе / Т.А. Хитарова // SymbolicandArchetypicinCultureandsocialRelations. Materials of the V international scientific conference on March 5-6 2016. Praha: Vedeckovydavatelске centrum Sociosfera-CZ s.r.o., 2016. P.43-47.

220. Хочунская Л.В. Средство массовой информации как диалог архетипов / Л.В. Хочунская // Вестник РУДН. Серия Литературоведение. Журналистика. - 2010. - № 2. - С.89-95.

221. Цивилизации в глобализирующемся мире // Предварительные итоги междисциплинарного проекта. По материалам научной конференции. – М.: ИММО, 2009. М.55-58.

222. Цуканов Е.А., Цуканова И.В. Мифологический архетип как основа имиджа телеведущего: чудесные метаморфозы образа в современных масс-медиа / Е.А. Цуканов, И.В. Цуканова // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. - 2012. - №2.- С. 227-232.

223. Цыганов В.В., Горбунов Г.Г. Концепция информационного менеджмента / В.В.Цыганов, Г.Г. Горбунов // Образовательные ресурсы и технологии – 2016. - №1 (13). - С.85-88.

224. Чекин И.А. Информационная грамотность взрослого обучаемого как часть информационной культуры общества / И.А. Чекин // Перспективы науки. - 2017. - №12 (99). - С. 111-116.

225. Чекин И.А. Информационная грамотность взрослого обучаемого как часть информационной культуры общества / И.А.Чекин // Перспективы науки. - 2017. - №12 (99). - С. 111-116.

226. Чикурова А.С. Вопросы функционирования медиакультуры как особого типа культуры информационной эпохи / А.С.Чикурова // Цифровая культура открытых городов. Материалы Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. - Екатеринбург: МБОУ ВО «Екатеринбургская академия современного искусства» (институт) (Екатеринбург), 2018. С.555-559.

227. Чиркова М.А. Анализ жизненных ситуаций на материале авторских сказок / М.А. Чиркова // Ярославский педагогический вестник. - 2008. - № 2 (55). – С.75-79.

228. Шамшурин Д.А. Культурная идентичность в цифровую эпоху / Д.А. Шамшурин // Ростовский научный журнал. - 2018. - № 6. - С.54-64.

229. Шарков Ф.И. Информационно-коммуникационная парадигма развития российской государственности / Ф.И. Шарков // Коммуникология. - 2014. - Т.3. - № 1. – С.111-118.

230. Швец Д.А. Феномен социального представления в контексте анализа бессознательного / Д.А. Швец // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Социальные. Гуманитарные.Медико-Биологические науки. - 2011. - Т.13. - № 2-3. - С.631-634.

231. Шульц В.Л., Цыганов В.В. Теория социально-экономических изменений / В.Л. Шульц, В.В. Цыганов // Информационные войны. - 2008. - № 2 (6).- С.2-15.

232. Шютц А. Проблема рациональности в современном мире / А.Шютц // Шютц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии / А.Шютц. - М.: СоциоЛогос, 2003. С. 163-190.

233. Щадин А.А. Социально-экономическое развитие: национальные особенности и коллективное бессознательное / А.А. Щадин // Философские науки. - 2009. - № 3. – С.7-11.

234. Щербакова В.Ю. Особенности деятельности учителя в условиях ФГОС / В.Ю. Щербаков // Известия Регионального финансово-экономического института. - 2015. - № 1(7).- С. 1-6.

235. Щербинина Н.Г. Архаика в российской политической культуре / Н.Г. Щербинина // Полис. - 1997. - № 5. - С.127-139.

236. Южалина Н.С. Менталитет как социокультурный феномен / Н.С. Южалина // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. - 2005. - № 2(8). – С.107-119.

237. Юнг К. Г. Об архетипах коллективного бессознательного / К.Г. Юнг // Вопросы философии. - 1988. - №1. - С. 133–153.

238. Юнг К. Г. Психологические аспекты архетипа Матери / К.Г.Юнг // Душа и миф: шесть архетипов. Пер. с англ. - М. – Киев: Port-Royal, 1996. С.133-156.

239. Юнг К.Г. Об отношении аналитической психологии к поэтико-художественному творчеству / К.Г. Юнг // Феномен духа в искусстве и науке. М.: Мысль, 1992. С.89-92.

240. Юнг К.Г. Об отношении аналитической психологии к произведениям художественной литературы / К.Г.Юнг // Зарубежная эстетика и теория литературы XIX-XX вв. - М.: Издательство Московского Университета, 1987. С. 214-231.
241. Яковлев А.И. Интуиция / А.И.Яковлев // Социально-гуманитарные знания.- 2010. - № 2. - С. 123-141.
242. Яницкий О.Н. Глобализация: от теории к измерению // Россия реформирующаяся: ежегодник: вып.16 / отв. ред. М. К. Горшков. - М.: Новый Хронограф, 2018. С. 145-170.
243. Янов А.Л. Патриотизм и национализм в России. 1825 - 1921. /А.Л. Янов. - М.: ИКЦ «Академкнига», 2002. - 398 с.
244. Bourdieu P. The Logik of Practice. - Stanford: Stanford University Press,1990. -340 p.
245. Geertz C. The integrative revolution: primordial sentiments and civil politics in the new states / C. Greetz // Old Societies and New States: The Quest for Modernity in Asia and Africa.- New York: Basic Books, 1963. – P.105-157.
246. Mahar C., Harker R., Wilkes C. The basik theoretical position / C. Mahar. R. Harker// An Introduction to the Work of Pirre Bourdieu: The Practice of Theory. - New York: Basic Books, 1990. P.3-26.
247. Manis J., Meltzer B. (Eds.). Symbolic Interaction // Manis J.G., Meltzer B.N. Symbolic Interaction: A Reader in Social Psichology. – Boston: Allyn and Bacon, 1978 P.7.
248. Meltzer B. Mead’s Social Psychology // Manis J., Meltzer B. (Eds.). Symbolic Interaction: A Reader in Social Psichology. 3rd ed. - Boston: Allyn and Bacon, 1978. P.23. - P.15-27.
249. Raven B.H. Social influence and power /B.H. Raven // Steiner I.D., Fishbein M.(Eds.). Current studies in social psychology. - New York: Holt, Rinehart and Winston, 1965.-P.371-382.

250. Rose A. A Systematic Summary of Symbolic Interaction Theory // Rose A. (Ed.). Human Behavior and Social Processes. - Boston: Houghton Mifflin, 1962. P.37-89.

251. Snow D. Frame Alignment Processes, Micromobilization and Movement Participation / D. Snow // American Sociological Review.- 1986.-№ 51. – P. 464-481.

252. Turner J. Social identification and psychological group formation / J. Turner // The Social Dimension: Developments in Social Psychology. V.2. - Cambridge: Cambridge University Press, P.240-254.