

УДК 168.52

РОЛЬ МИФОВ В СОЗНАНИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ (НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНТОВ АФ МГГУ ИМ. М.А.ШОЛОХОВА)

К.А. Сказченкова, студентка государственного и муниципального
управления, 1 курс

Научный руководитель: Т.А. Хорошок, к.ф.н., доцент
Московский государственный гуманитарный университет
им. М.А.Шолохова, филиал в г. Анапа
г. Анапа

Специалисты отмечают, что в современном мире личностных качеств у молодежи стало гораздо меньше, что характеризует отсутствие стремления к развитию в общественной жизни. С помощью воображаемых идей молодёжь ищет себе подобных, благодаря которым в течение короткого срока времени можем отследить некий мифический стандарт человека для себя. Например, как человек ведёт себя в данном кругу людей, как человек развивается духовно - нравственно, как человек говорит, как человек формирует свой стиль. С помощью заданных критериев мы находимся в поисках своих идеалов, вследствие чего, в дальнейшем, копируем этот образ и пытаемся подражать ему.

Гипотезу нашего исследования можно сформулировать следующим образом: миф как форма действительности современного молодого человека охватывает все сферы жизни и является необходимой категорией мысли и существования сегодняшней молодёжи. Определённые мифы позволяют молодёжи жить в придуманном ими же мире (в том, в котором они хотят жить) и не замечать реальности. Реальность не соответствует их представлениям об идеальном мире, а действительность не соответствует их вымышленным образам и ситуациям – мифам.

Миф — это первая форма духовного освоения мира, его образно-символическое воспроизведение и объяснение[1]. Миф упорядочивает в сознании мира, превращает хаос в космос и, тем самым, создает возможность постижения мира как некоего организованного целого, представляет его в простой и доступной форме.

Преобладание мифологического сознания относится, главным образом, к архаической (первобытной) эпохе и связывается, прежде всего, с её культурной жизнью, в системе смысловой организации которой миф играл определяющую, доминирующую роль. В мифах события рассматриваются во временной последовательности, однако, зачастую, конкретное время события не имеет значения и важна только отправная точка для начала повествования. Однако в наше время миф является неотъемлемой частью современной действительности.

Следует отметить, что наиболее распространенными социально-политические мифами являются образы героя, мудреца, воина, родителя. Часто встречаются оппозиции мифологических образов: добро – зло, герой – антигерой, страх – покой, прошлое – будущее, небесное – земное, война – мир, жизнь – смерть, свобода – угнетение и другие.

Мы провели исследование на примере студентов АФ МГГУ им.М.А.Шолохова с целью выявить, насколько современные молодые люди оказываются под властью мифов. Методом для данной деятельности мы выбрали анкетирование, которое показало следующие результаты.

У современной молодёжи, по-прежнему, функционируют различные мифы:

1.Миф о спасении. В основе данного мифа лежит вымыщенное спасение, которое человек себе внушает в экстремальных ситуациях или в сложный период его жизни. У современной молодёжи миф о спасении можно отследить с помощью компьютерных игр, которые разработаны на основе сложнейших технологий, и ставят нас перед задачей убить дракона и спасти несчастную принцессу, либо кого-то ещё.

При проведении исследования данного мифа среди студентов АФ МГГУ им. М.А.Шолохова, можно сделать вывод, что молодёжь в возрасте от 17 до 20 лет считает, что уничтожение зла - это путь к спасению, что составило 47% и подтверждает нашу гипотезу.

2.Миф рекламы. Молодёжь, регулярно смотрящая телевизор, как правило, теряет интерес к вечно прерывающей их любимые программы и сериалы рекламе. Те же, кто смотрит телевизор достаточно редко, относятся к рекламным роликам с интересом. Одни считают себя легче внушаемыми, другие, напротив, утверждают, что их очень непросто в чем-либо убедить.

На вопрос анкеты: « Считаете ли Вы рекламу современным мифом?» ответили положительно 53% респондентов в возрасте от 16 до 20 лет.

3.Миф о сексе и любви. Многие люди склонны к идеализации любви. Они мечтают об идеальном избраннике, идеальных отношениях, вечной любви, феерии и гармонии в интимной жизни. Однако, в реальной жизни все иначе: она (реальность) часто оказывается жестокой, и ожидания не оправдываются. Именно поэтому у современной молодёжи создаются мифы, связанные с любовными и сексуальными отношениями.

На вопрос: « Считаете ли Вы, что интимные отношения до брака являются проверкой на совместимость?» положительно ответили 22% респондента в возрасте от 20 до 28 лет, а остальные опрашиваемые не придерживаются данного мифа.

4.Миф о важности «лайков» в «Вконтакте». Самая распространенная социальная сеть среди молодёжи - это «Вконтакте». Большую часть своего времени молодёжь тратит на виртуальное общение. В современном обществе живое общение мы заменяем воображаемым. Большинство молодёжи с помощью «лайков» проявляет симпатию к своему собеседнику. Сегодня, мы не можем вживую выразить свои чувства, но при помощи «лайков» это

становится для нас возможным. Что такое «лайк» «Вконтакте»? Это символическое проявление симпатии к человеку, который тебе понравился, но молодёжь начала сталкиваться с тем, что эти самые «лайки» утеряли свою силу в проявлении симпатии и стали обязательным действием у пользователей этой социальной сети.

Однако исследование показало, что ставить «лайк» «Вконтакте» среди опрашиваемых в возрасте от 19 до 28 лет не является обязательным действием. Их количество составило 86%, что не подтверждает нашу гипотезу о значимости данного мифа.

5. Миф о «Супермене». «Супермен»! Кто он такой? В современном мире этот персонаж ассоциируется с героем, способным прийти на помощь в любой трудной жизненной ситуации. Однако, это вымыселенный образ, который возникает в сознании людей с детских лет, и который не имеет ничего общего с реальным человеком.

На вопрос: «Верите ли Вы, что в современном мире существует супермен?» положительно ответили 33% респондента в возрасте от 15 до 19 лет. А на вопрос: «Верите ли Вы, что в случае катастрофы мир может спасти герой?» 31% опрашиваемых ответили положительно, что частично подтверждает нашу гипотезу.

Мифологические элементы не ограничиваются мифологическими персонажами. Именно структура мифа отличает его от всех других продуктов человеческой фантазии. Следовательно, именно структура определяет принадлежность некоторых элементов произведения к мифологическим. Таким образом, мифологическим элементом может быть и нечто реальное, интерпретированное особым образом (битва, болезнь, вода, земля, предки, числа и пр.) Как выразился Р. Барт: «Мифом может быть все» [2].

Фрейденберг отмечает сущностные характеристики мифа, давая ему определение в своей книге «Миф и литература древности»: «Образное представление в форме нескольких метафор, где нет нашей логической, формально-логической и где вешь, пространство, время поняты нерасчлененно и конкретно, где человек и мир субъектно - объектно едины, - эту особую конструктивную систему образных представлений, когда она выражена словами, мы называем мифом» [3].

Исходя из полученных данных, можно утверждать о том, что современная молодёжь, в большинстве своём, не склонна к созданию новых определённых мифов и способна жить в реальном мире с действительными представлениями о нём, поэтому отрицает существование мифов. Однако необходимо сделать вывод о том, что часть молодых людей принимает мифы, созданные обществом. Более того, можно отметить, что современная молодежь придерживается мифа о спасении (47%), склонна доверять рекламе (53%), четверть опрошенных склонны доверять гражданскому браку, а треть верит наличию сверхгероя, способного спасти мир. Исходя из вышеизложенного, необходимо сделать вывод о неоднозначном отношении молодежи к мифам и серьезных тенденциях доверия им.

Список литературы:

1. Алексян, Е.А. Миф и реальность (на художественном материале современной прозы) / Е.А. Алексян // Научные труды. Вопросы филологии. — Ереван: Лингва, 2004. – С. 18-21.
2. Малиновский, Б. Мифология и древность. / Б. Малиновский – СПб.: Питер, 2004. – 253 с.
3. Парандовский, Я. Мифология. / Я. Парандовский - М.: Просвещение, 2005. – 170 с.