

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФІЛОСОФІЇ

УДК 130.3:316.653

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v049.2024.43>**Куц В. А.***кандидат філософських наук, доцент,
викладач кафедри психології, філософії та суспільних наук
Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського*

ПІД ВПЛИВОМ СОЦІАЛЬНОЇ МІФОТВОРЧОСТІ

Постановка проблеми. Буття визначає свідомість? Мета виправдовує засоби? Давно відомі, завжди актуальні і не менше проблемні запитання! У пошуках сенсів проходить значна частина нашого життя і коли, здається, не вистачає наукових аргументів, цілком свідомо звертаємося до «міфології». Світова соціально-економічна та суспільно-політична нестабільність початку ХХІ століття жорстко позначилася на суспільній свідомості. Що, природно, не могло не вплинути на соціокультурну сферу. В таких умовах активізується поширення різних соціальних міфів, які сприяють подоланню постійно зростаючої невідомості ситуації і певному відтворенню ілюзорності соціальної реальності. У всі часи саме суспільні кризи різного масштабу живили міфічні форми культури запускаючи процеси соціальної міфотворчості.

У зв'язку з прискоренням науково-технічного прогресу, і науково-технічної революції в цілому, зростає роль інформаційних ресурсів і медіа-процесів, кардинальними змінами позначаються поведінка і спосіб життя, що безпосередньо викликає зміну статусу соціальної міфології.

Такий стан світової соціокультурної системи на сучасному етапі – результат глибокої трансформації, реформізму і подальшої модернізації.

Мета статті – розширити культурно-наукове уявлення про соціальну міфотворчість як іманентну функцію людської свідомості. Філософськи обґрунтувати активізовану в масовому суспільстві сучасну міфотворчість як новий образ соціальної дійсності, що змінює суспільну свідомість на рівні впливу засобів соціальної комунікації.

Аналіз останніх досліджень. До проблеми зв'язку соціальної міфотворчості і сучасної масової культури у своїх працях зверталися: Т. Адорно, Д. Бел, А. Вінер, А. Гулига, П. Гуревич, Е. Кассіер, Т. Кун, Г. Маркузе, С. Московичі, Х. Ортега-і-Гасет, Ж. Сорель, М. Хевеши та багато інших. Серед українських дослідників цього напрямку слід відзначити: О. Балу, І. Бойченка, Л. Губер-

ського, Г. Носову, Т. Розову, А. Ставицького, Д. Усова та інших.

Динаміці розвитку сучасної культури і ролі засобів масової інформації у трансляції соціальних міфів присвячені роботи: Г. Лассвелла, Р. Мертон, М. Маклюєна, М. Назарова, Е. Орлової, Г. Почепцова, В. Теріна, Ю. Хабермаса. Враховуючи відсутність цілісного уявлення процесу «міфотворчості» через його втілення у соціальних міфах, звернемося до розгляду соціальної міфотворчості в контексті детермінант масового суспільства.

Виклад основного матеріалу. Міфотворчість як явище продукується суспільною свідомістю у процесі історичного розвитку. Вона, залишаючись іманентною функцією людської свідомості, далеко за межами уявлень традиційного суспільства, вже набуває сенсу соціокультурного феномену.

У ХХІ столітті глибоке філософське осмислення процесів соціальної міфотворчості набуває виключної актуальності. Соціально-філософського аналізу потребують міфотворчі практики в умовах глобальної інформатизації та медіатизації суспільства, особливого інтересу набуває потенціал впливу соціальних міфів на суспільну свідомість.

Відомі соціальні міфи, як правило, описуються дослідниками як соціально-політичні, оскільки потреба у них зростає з встановленням нового, заснованого на демократії, політичного порядку, а отже і способів впливу на маси. Одна з найбільш ефективних можливостей здійснювати вплив полягає в тому, щоб маніпулювати суспільною свідомістю, що не використовується авторитаризмом чи тоталітаризмом. Ці режими передбачають, що підґрунтям відносин виступає відкритий імперативний вплив, коли застосовується простий примус, а не маніпулювання, що становить виняткову прерогативу саме демократій [1, с. 34].

Маніпулюванню, що реалізується як духовний вплив на стан психічних структур людини, притаманна прихована дія, його мета – змінити думки

людини, її мотиви та можливі вчинки. До того ж людина дійсно не усвідомлює, що нею управляє суб'єкт впливу.

Задача маніпулювання – зміна й програмування мислення та поведінки людей всупереч їх інтересам, у потрібному певній владній або суспільній структурам напрямку.

Сучасна наука розглядає маніпулювання на рівні активної суспільної взаємодії:

- як вид духовного, психологічного впливу (не як фізичне насильство, або погроза ним);
- як прихований вплив, факт якого буде непоміченим для об'єкта маніпулювання.
- Обов'язкова ознака маніпулювання це приховування впливу:
- цілеспрямоване створення соціального міфу який ховає мету і факт впливу;
- використання спеціальних процедур, що замаскують інформацію чи подадуть зашифровано;
- використання напрацьованих технік («само-розкриття», «наївна щирість», «природна спонтанність») фактично ж, вплив значної майстерності і знань.

Важливо пам'ятати – будь-яке маніпулювання це взаємодія, але дуже тонка і специфічна. Звичайна людина може стати жертвою через участь у маніпулятивному процесі, виступити в ролі «співавтора», а точніше пасивного співучасника.

Яким результатом завершиться вплив, залежить від способу дії міфу і конкретної мети впливу міфу на свідомість, а також від того, як носій свідомості сприймає зміст цього міфу. Що значніший для реципієнта посил міститься в повідомленні, то більшим є вплив, що більш розвинутою є рефлексія, то менше людина схильна піддатися навіюванню, а водночас – і маніпулюванню. Тільки в разі зміни людиною, на яку вплинула отримана інформація, своїх поглядів, переконань, життєвих орієнтирів маніпулюванню вдалося здобути успіх. Якщо в людини є реальні сумніви, вона вдається до захисту власної позиції, вона вже не піддається на маніпуляції. Таким чином, «маніпулюванню притаманні ознаки не насильства, а спокуси» [1, с. 19].

Залишаючись способом активного впливу на людину, з метою модифікації її уявлень, смаків і поведінки, маніпулювання є доволі характерним відношенням. Тому й ставлення до конкретно маніпулятивних можливостей як соціальної міфології залишається неоднозначним: одні дослідники вважають людину великою дитиною, а маніпулювання її свідомістю заради її власного блага освіченим та мудрим правителем – допустимим, кращим, прогресивним засобом. Ніколо Макіавеллі і Фрідріх Ніцше перехід від примусу і насильства, до маніпуляцій свідомістю характеризували як величезний крок у подальшому розвитку людства!

Саме Ф.Ніцше намітив тенденцію до створення соціальної міфології як ефективного засобу маніпулювання суспільною свідомістю, який знайшов продовження в дослідженнях Жоржа Сореля і Освальда Шпенглера. В теорії соціальної міфології залишаються актуальними протилежні переконання відносно цінності: свобода волі людини передбачає володіння незатямареним розумом, що, в свою чергу, дозволяє зробити відповідальний, можливо помилковий, вибір! Таке бачення відкидає законність та моральне виправдання маніпулюванню свідомістю, вважаючи фізичне насильство менш руйнівним на противагу «роботизації людей». Такий стан речей визначається цінностями та ідеалами, що притаманні кожній людині. При цьому, питання моральної регуляції та етичності самого маніпулювання залишаються, відкритими.

Маніпулюванням виступає однозначно цілеспрямована дія, за допомогою якої суб'єкт впливає на об'єкт, щоб здобути заплановані результати. Роль суб'єкта маніпулювання може виконуватися особою чи соціальною групою, які зацікавлені у здійсненні маніпулювання, що складають де-факто близько 3 відсотків від усього населення. Зазвичай їх доповнюють ще майже 20 відсотків «інформованих» осіб, що орієнтуються в ситуації. Люди, що безпосередньо здійснюють вплив на об'єкти маніпулювання (медіатори, група тиску, група забезпечення і підтримки) відбираються з цієї аудиторії [1, с. 132].

Динаміка розвитку і характер трансформацій суспільства тотально залежать від цих двох груп, а в умовах нестабільного розвитку ця обставина лише підсилюється, відображаючись в суспільній свідомості як перехідний період. Особистісні характеристики об'єктів маніпулювання істотно впливають на методи і характер маніпулятивного впливу, функціонування і розвиток суспільства в цілому. Таким чином, об'єкт маніпулювання уособлюється більшістю, яка мала стати жертвою маніпулятивного впливу. Як стверджував Х. Ортега-і-Гасет, феноменом маніпулювання людство володіло, відколи існує, проте він не був надто поширеним у зв'язку із соціально-політичними умовами. Про явище користування маніпулюванням в його цілісності може йтися тільки з часу, коли масам підкорилась історична арена. У феномені мас та способах керувати цими масами проблема вбачалася вже з моменту отримання можливості впливати на хід подій всіма доступними способами (вибори, бойкот, заколот, повстання).

Виникнення та розвиток «сучасного» масового типу суспільства спричинив ряд факторів, особливо ж науково-технічний прогрес та революційний розвиток засобів масової інформації. Великі масштаби масового виробництва й масове

споживання формально стандартизували потреби та способи їх задоволення. Маса виникають там, де люди позбавлені свого справжнього обличчя, особливо коли стали керованими й взаємозамінними. Все це результат технічного розвитку, що досягає все більшої інтенсивності в наступних ознаках: примусова, знецінена, позбавлена мети і сенсу праця; постійний стрес та інформаційне перевантаження, звідси розвага як заповнення дозвілля і життя як постійна нервова напруженість [2, с. 143]. Таким чином, згадане панування маси, за Карлом Ясперсом, явище сучасного часу і більш характерне для всіх демократичних країн з високим рівнем розвитку техніки і технологій [6].

Масовізацію суспільства можна вважати достатньо суперечливою проблемою, керуючись визначеними характеристиками: культурним занепадом, людським обезлюдненням, «шляхом, на якому розкладається людське буття» (Ф. Ніцше, К. Ясперс); неминучим, закономірним фактом розвитку цивілізації (К. Мангейм, С. Московічі, Х. Ортега-і-Гасет, Е. Фром, Е. Тофлер, О. Шпенглер). Маса, на якій як на основі базується масове суспільство, представляється великою групою людей, дії якої виступають як діяльність одного цілого, а в індивідів, які до неї входять, прослідковуються нові якості. Наявність уміння по-особливому сприймати навколишній світ та саму себе, яке вдається здобути людині, коли вона стає часткою маси, активно сприяє маніпулюванню. Це транслюється її властивостями: некомпетентність, неосвіченість, несамотійність, невпевненість, невіршеність, незрілість. Така відсутність суверенітету маси дає практично безмежний вплив суб'єктам маніпулювання, утворюючи необхідність штучно створеного соціального міфу.

Цілеспрямоване маніпулювання масовою свідомістю за допомогою спеціально сформованих соціальних міфів наповнене соціальною міфотворчістю і здійснює просування налаштованої адаптації сформованих міфів у свідомість мас. Приміром, Гюстав Ле Бон особливо зауважував на тому, що в натовпу, маси відсутня критична свідомість, що її мислення відбувається не в категоріях, а в образах, в яких може бути дуже мало спільного з реальністю. Він вважав, що видимості в історичних перипетіях надавалося набагато більше значення, ніж реальності.

Щоб охарактеризувати сучасну свідомість, Х. Ортега-і-Гасетом у праці «Повстання мас» було введено поняття «людини масової». Цей термін позначає людину із втраченою індивідуальністю, яка почувається «як усі». Це означає, що людина як частина маси повністю ідентифікує себе з усіма людьми, які її оточують. Тільки такий людині притаманна риса, що полягає в цілковитій відсутності критичного ставлення, невтримній

експансії, «вродженій невдячності перед усім, завдяки чому її життя стало легшим» [2, с. 44], а це виявляється в нігілізмі, егоцентризмі, самовдоволенні, невігладстві. Індивід «в масі опускається до примітивнішого інтелектуального й емоційного рівня» [4, с. 90], він виконує роль елемента в безособовому натовпі, статиста, гравця, який зображує нав'язаний ззовні образ. В такій людині відбувається домінування несвідомого над свідомим, вона з легкістю підпадає під вплив та прагне невідкладно здійснювати реалізацію навіюваних ідей. Це свідчить про перебування в певному гіпнотичному стані, в якому масова людина діє спонтанно й поривчасто. Таким чином, через те, що маса легковірна, що вона некритично ставиться до навіювань, «масова людина» порівняно легко впускає соціальний міф у свою свідомість. Результатом є перебування маси під «магічним словесним впливом», що провокує як агресію та ненависть, так і їхнє придушення. А що нижча здатність маси розбиратися в навколишніх соціальних явищах, то більша необхідність володіти якраз міфологічним сприйняттям. В такій ситуації відбувається заміна раціональних показів і доказів на певні слова й формули. Їм достатньо бути тільки промовленими, як „починається їхня дія за заданим напрямком, що схоже на магічні імена, слова й формули, якими користуються примітивні народи» [5, с. 20].

Соціальними міфами в усі часи здійснювався й далі здійснюється важливий вплив на те, як протікає життя, як формується світогляд, як веде себе сучасна людина, їхнім підґрунтям виступає психологія маси, особливо її неорганізована форма – натовп. Таким чином, «масовізацією», яка притаманна цивілізаційному розвитку, адже є його неминучою особливістю, охоплюється кожна життєва царина соціуму, представлена матеріальним та нематеріальним виробництвом, дозвіллям, спілкуванням, політикою. Через неї зросла кількість людей, які стають учасниками всіляких соціальних акцій і проєктів, вона кардинально змінила склад їх спільностей, ускладнила й розширила взаємодію. Саме масовізація суспільного життя початку ХХ століття – головна передумова маніпулювання і початок широкого застосування суспільних технологій.

Особливу роль в маніпулюванні виконують засоби масової інформації, чи, беручи до уваги контекст, «масової дезінформації». Сучасними ЗМІ цілком тримається під контролем розповсюдження інформації, вони відсіюють усе, що впливає на визначення уявлень, установок і дії людей. Відтак від засобів масової інформації фактично залежить соціалізація, яка відбувається в умовах, коли створюється віртуальна реальність на рівні особистості. Навмисне фабрикування повідомлень, що займаються спотворенням реальної

соціальної дійсності, маніпулятивно впливає на формування масової свідомості. У відносно недавньому минулому з друком та радіотелеграфом відбулася поява значних можливостей для того, щоб фабрикувати й поширювати соціальні міфи. А коли культуру слова змінила культура наочних образів, розширилось візуальне сприйняття світу, активізувалося образне мислення, з'явився ще потужніший чинник, за допомогою якого міфотворчість поширюється у вигляді все-сезонного, цілодобового конвеєра, який складають соціальні міфи, в середовищі масового суспільства.

Можливостей для того, щоб поширювати масовий соціальний міф, а значить, і зловживати ним, використовуючи ЗМІ в умовах сучасного суспільства, стало не менше, вони зросли. Виникнення такої ситуації припускав Карл Ясперс. Він запевняв світове співтовариство, що перед людством уже постав новий «осьовий період», перший за всю історію, під час якого відбудеться об'єднання земної кулі за допомогою телекомунікаційної мережі, що, можливо, означатиме критичне завершення духовного розвитку людей [6].

Сучасні ЗМІ спричиняють певну, якщо не повну, стандартизацію свідомості суспільства. Інформація, яку подає телебачення, виконує активізацію механізмів, що містяться в міфологічному мисленні, а отже, здійснює ініціювання соціальної міфотворчості. Завдяки телевізійній ері та електронним мас-медіа соціальні міфи поширюються в геометричній прогресії. В результаті здійснюється глибокий психоемоційний вплив ЗМІ на масову свідомість. Відбулося також перетворення всієї сучасної масової культури, яку містить індустрія розваг, у виробництво міфів та їхнє розповсюдження.

Проаналізувавши, як «електронна культура» впливає на людську свідомість, В. Терін вказав на існування певної особливості, яким володіє зорове сприйняття телеобразів: «Сприйняття глядача телебачення має бути побудоване згідно з нормами телезображення, адже через технічні параметри йому їх просто не вдасться побачити. Для збереження цілісності та смислової єдності потрібне безперервне втримування та поєднання елементів, з яких складається телевізійна мозаїка, що відбувається шляхом зіштовхування їх між собою, аби був досягнутий ефект резонансу, таким чином відбувається формування й утримання в голові кулеподібного «космосу» зв'язків, що з'являються при цьому миттєво» [3, с. 78]. Таким чином, телебачення створює віртуальну, міфологічну реальність, на котру «підсідає» багатомільйонна аудиторія. В результаті роботи телебачення інформація сприймається дедалі менш критично, а чужа позиція щодо речей та подій у світі телеглядачами сприймається, як своя

власна. Якраз ця підміна і містить відповідь на запитання, чому люди підпадають під тотальний вплив телебачення.

Електронною культурою гранично активізується мислення, в цьому процесі домінує дія правої півкулі мозку, що для міфологічного мислення є головною. Завдяки тому, що з'явилися нові інформаційні технології, відбулася трансформація форми, змісту й способів, що використовуються для того, аби глобально ретранслювати міфологічні установки. В підсумку переважає автоматичне мислення, яке обумовили прискорений життєвий темп, великий обсяг та мозаїчність інформаційного масиву, у зв'язку з чим сучасному суспільству загрожує стан неспроможності сприймати надану інформацію у повному обсязі. Таке перевантаження дає упередження, але не змінює ситуацію. Але, без інформації людина не може, це її дезорієнтує, а інформаційний вакуум лише посилює можливість культурного шоку.

ЗМІ вимушені бути провідником і пропагандистом, своєрідним маяком і компасом у новій реальності. Завдяки інтерактивному зв'язку між окремим ЗМІ та споживачем, виникає вплив на суспільну свідомість. Характер спрямування інформації на різні верстви населення наділяє ЗМІ своєрідними управлінськими функціями включно з можливістю маніпулювання масовою свідомістю. В сучасному світі вже відкрито діє технологія глобального, наддержавного маніпулювання, заснована на системному впровадженні у масову свідомість підготовлених соціальних міфів.

Висновки. Маніпулювання – ефективна форма впливу на свідомість, один із основних засобів соціального впливу з використанням інформаційного апарату формування ідей.

На сучасному етапі процесу розбудови глобального, неокapіталістичного, постіндустріального, інформаційного суспільства як володіти так і керувати, всіма видами власності, включно із засобами масової інформації, можуть лише ті представники соціуму в руках яких зосереджено інформаційний капітал. Адже той, «хто володіє інформацією, володіє всім», а іманентно й всіма, адже інформація – джерело сили і реального впливу (радіокомпанії, телестудії, інтернетсистеми, газети, журнали, видавництва) лише формально належать відомим корпораціям. Таким чином, це дієвий апарат впливу, що завжди готовий до активності, домінування, прямої участі в маніпулятивному процесі.

Як основний інструмент трафіку повідомлень, що змінюють суспільну свідомість, ЗМІ фільтрують всю інформацію, виокремлюючи потрібні елементи з суцільної маси. Це дає привід говорити про вибірковість і відверто маніпулятивний характер їх впливу. При цьому головна роль належить спеціальним способам перетворення та засо-

бам подачі достовірної, «правильної» інформації, що реалізується визначеними способами:

1) викривлення інформації як відкрите так і приховане дозволяє кореляцію психологічного впливу, створює образ реальності, у якому головне не сама реальність, а режисована її демонстрація;

2) свідоме приховування реальної інформації через умовчання, та вибірккову подачу даних;

3) маніпулювання на подачі матеріалу: вибіркове дозування інформації, спрямоване компонування тем, що наводять лише на певні очікувані висновки;

4) маніпулювання часом подачі інформації розрахований на аудиторію з швидким засвоєнням;

5) перевантаження адресатів загальними відомостями, що порушують логіку і змушують відмовитися від аналізу;

6) маніпулювання методами підсвідомого стимулювання поглядів аудиторії за допомогою соціальних міфів через потік організованих новин, формуючи прогнозовану реакцію.

Нове завдання ЗМІ – переконання: творення стійкого відношення до явищ, спонукання до дій, виховання звичок. Їх успіх визначає характер інформації, її перетворення, манера подачі, а не тільки якості об'єкта впливу.

Міфотворчість – явище об'єктивне, соціальна реальність позачасового характеру, постійний супутник людства в процесі розвитку і діяльності.

ЗМІ – самий потужний фактор і активатор соціальної міфотворчості для сучасного суспільства. Вони реально формують суспільну думку, передають великі об'єми інформації на численні аудиторії, і тим самим активно впливають не лише на окремого індивіда або групи, а й на цілі маси людей.

Сьогодні ЗМІ – генератор новин, трансформатор інформації, ретранслятор поглядів, а не тільки головний канал для поширення соціальних міфів і формування масової свідомості шляхом впровадження їх у ній!

Література:

1. Кара-Мурза С. Маніпуляція свідомістю. Київ: Оріяни, 2020. 448 с.
2. Ортега-і-Гассет Хосе. Вибрані твори. Київ: Наука, 2017. 704 с.
3. Терін В.П. Електронна міфотворчість для всіх (мозаїчна інформація, міфологічна дійсність і наша свідомість). *Світ психології*. 2013. № 3 (35). С. 75-80.
4. Фрейд З. По той бік принципу задоволення. Харків: Прогрес, 2022. 569 с.
5. Фрейд З. Тотем и табу. Психологія первісної культури і релігії. Київ: Алтея, 2020. 223 с.
6. Ясперс К. Сене і призначення історії. Харків: Республіка, 2014. 527 с.

Анотація

Куц В. А. Під впливом соціальної міфотворчості. – Стаття.

Стаття присвячена загальнотеоретичним аспектам міфу і головне його місце у еволюції масової свідомості. Визначено, що на сучасному етапі процесу розбудови глобального, неокapіталістичного, постіндустріального, інформаційного суспільства як володіти так і керувати, всіма видами власності, включно із засобами масової інформації, можуть лише ті представники соціуму в руках яких зосереджено інформаційний капітал. Адже той, «хто володіє інформацією, володіє всім», а іманентно й всіма, адже інформація – джерело сили і реального впливу (радіокомпанії, телестудії, інтернетсистеми, газети, журнали, видавництва) лише формально належать відомим корпораціям. Таким чином, це дієвий апарат впливу, що завжди готовий до активності, домінування, прямої участі в маніпулятивному процесі.

Простежуються головні детермінанти в процесі розвитку соціальної міфотворчості. З'ясовано, що міфотворчість як явище продукується суспільною свідомістю у процесі історичного розвитку. Вона, залишаючись іманентною функцією людської свідомості, далеко за межами уявлень традиційного суспільства, вже набуває сенсу соціокультурного феномену. Особлива увага приділяється механізмам формування міфологічних структур у сучасній масовій свідомості, які враховують штучне створення, поширення і адаптацію в масовій свідомості самих дієвих продуктів соціальної міфотворчості.

Підтверджується, що досить значну роль у поширенні соціальних міфів в сучасному суспільстві, відіграють засоби масової інформації, які у наслідку, беруть активну участь не тільки в становленні суспільної думки, а й у формуванні образу соціального світу. Визначено, що сучасні засоби масової інформації повністю контролюють її поширення, відсіюючи те, що визначає уявлення, установки і поведінку людей. Тим самим ЗМІ фактично впливають на процес соціалізації через конструювання світу віртуальної реальності на особистісному рівні. Навмисно фабруючи повідомлення, що спотворюють реальну соціальну дійсність здійснюється маніпулятивний вплив на масову свідомість.

Ключові слова: соціальний міф, соціальна міфотворчість, масове суспільство, маніпулювання, засоби масової інформації.

Summary

Kuts V.A. Manipulation action of social mythereation. – Article.

The article is devoted to the general theoretical aspects of myth and, most importantly, its place in the evolution of mass consciousness. It is determined that at the current stage of the process of building a global, neocapitalist, post-industrial, information society, only those representatives of society in whose hands information capital is concentrated can both own and manage all types of property, including the media. After all, the one who "owns information owns everything," and immanently everyone,

because information is a source of power and real influence (radio companies, television studios, Internet systems, newspapers, magazines, publishing houses) only formally belong to well-known corporations. Thus, it is an effective apparatus of influence that is always ready for activity, dominance, and direct participation in the manipulative process.

The main determinants in the process of development of social myth-making are traced. It is found that myth-making as a phenomenon is produced by social consciousness in the process of historical development. It, remaining an immanent function of human consciousness, far beyond the ideas of traditional society, is already acquiring the meaning of a socio-cultural phenomenon. Special attention is paid to the mechanisms of formation of mythological structures in modern mass consciousness, which take into account the artificial creation, distribution

and adaptation in the mass consciousness of the most effective products of social myth-making.

It is confirmed that a rather significant role in the spread of social myths in modern society is played by the mass media, which, as a result, take an active part not only in the formation of public opinion, but also in the formation of the image of the social world. It is determined that modern mass media completely control its distribution, weeding out what determines people's ideas, attitudes and behavior. Thus, the media actually influence the process of socialization through the construction of the world of virtual reality at the personal level. By deliberately fabricating messages that distort real social reality, a manipulative influence is exerted on mass consciousness.

Key words: social myth, social mythcreation, mass society, manipulation, mass medias.