

Философия

УДК 130.1:316.4

Социальные иллюзии: проблема классификации

А.М. ДУБРАВИНА

Исследуется проблема классификации социальных иллюзий. Предложена авторская классификация данного феномена, в которой присутствуют следующие критерии анализа социальных иллюзий: длительность формирования; продолжительность существования; перманентность; время возникновения; актуальность, востребованность идей; источник возникновения; роль в жизнедеятельности человека; основные функции; сфера распространения; масштаб охвата; национальная специфика; легальность; эмоциональная окраска. При классификации используются цивилизационный и формационный подходы. Определяется тип и форма социальных иллюзий. По форме объективации выделяется утопия, социальная мифология, заблуждения, общественные стереотипы, симулякры, предрассудки, суеверия и предубеждения.

Ключевые слова: социальные иллюзии, классификация, тип социальных иллюзий, форма социальных иллюзий.

The article deals with the problem of classifying social illusions. The author's classification of this phenomenon is suggested in which the following criteria for the analysis of social illusions: duration of formation; duration of existence; permanence; time of occurrence; topicality, relevance of ideas; the source; role in human life; main functions; scope of distribution; scale of coverage; national specificity; legality; emotional coloring. The classification uses a civilizational and formational approaches. The types and forms of social illusions are determined. On the form of objectification, utopia, social mythology, errors, social stereotypes, simulacra, prejudice, superstition and prejudice are singled out.

Keywords: social illusions, classification, type of social illusions, form of social illusions.

Проблема социальных иллюзий, на протяжении веков волновавшая умы представителей философской, социологической, психологической наук, сегодня приобретает особую значимость. Решающими факторами, определяющими направленность социокультурной динамики, в наши дни становятся информатизация и виртуализация, проникающая во все сферы общественной жизни. Это в свою очередь ведет к увеличению количества и возрастанию значимости социальных иллюзий, являющихся имманентной составляющей человеческой культуры.

Под *социальными иллюзиями мы понимаем социокультурный феномен, проявляющийся в формировании, существовании либо воспроизводстве неадекватных действительности представлений о себе и о социальной реальности в целом со стороны определенного индивида, социальной группы.* Этот духовный феномен в значительной степени относится к сфере бессознательного.

Классификационные основания социальных иллюзий связаны со спецификой социокультурных факторов, действующих во всем многообразии в рамках того или иного общества. Поэтому обоснованной представляется постановка вопроса о воздействии различных социокультурных факторов на формирование иллюзий, а также о разделении социальных иллюзий на группы в соответствии с преобладающим воздействием того или иного фактора или условия.

Для решения данной проблемы необходимо сформировать базовые представления о классификационных особенностях социальных иллюзий.

К вопросам классификации социальных иллюзий обращались многие ученые: И. Кант, В. Парето, В.Х. Беленький, И.А. Недугова, Л.В. Шукшина, А.А. Байков, П.А. Плюто, А.М. Юупова. В их работах мы находим различные подходы к исследованию классификации социальных иллюзий. Каждый из авторов делает акцент на каком-то одном аспекте рассматриваемой нами проблемы. Мы попытались дать обобщающий анализ классификационной специфики социальных иллюзий.

По нашему мнению, продуктивным для составления классификации социальных иллюзий является *темпоральный критерий*, поскольку как целостный объект социальная иллюзия

может быть определена лишь на отрезке времени ее существования, который и задает ее темпоральную протяженность.

Темпоральная классификация предполагает рассмотрение такого показателя как направленность (вектор) основной идеи, образующей иллюзию: существуют иллюзии о прошлом (например, фальсификации истории), о настоящем (политические мифы) и о будущем. Так, по мнению представителей западноевропейской цивилизации, будущее человечества, его прогресс связываются в первую очередь с технологическим совершенствованием вещей, создаваемых человеком, а не с развитием нравственности и способностей самого человека.

По фактору длительности формирования следует выделить архетипические или культурно-исторические иллюзии, базирующиеся на представлениях о мире и месте человека в нем, которые сложились на протяжении веков или даже всей истории существования человечества.

Примером иллюзии, сформировавшейся в течение достаточно длительного исторического периода, может служить идея господства человека над природой, рассматривающая возможность тотальной экспансии, полного подчинения сил природы и ее основных процессов воле Homo sapiens. Данная иллюзия, более свойственная техногенной цивилизации, может рассматриваться как ее архетипическая черта.

Иллюзии, возникающие в ответ на события современности (вызовы истории), мы обозначаем как актуальные (сиюминутные, текущие).

Примером формирования актуальной иллюзии может служить попытка нагнетания отрицательных эмоций через медийное пространство с целью формирования в массовом сознании неприятия некоторых программ государственной политики, проводимой в Республике Беларусь. В частности, по строительству атомной электростанции типа АЭС-2006. В интернете неоднократно поднимался вопрос о том, что подобный объект может быть связан с повышенной опасностью для экологии по сравнению с традиционными источниками электроэнергии, что в целом не соответствует действительности. Наблюдалась попытка эксплуатации постчернобыльской проблематики в Республике Беларусь.

По продолжительности существования мы можем выделить следующие группы социальных иллюзий: перманентные (вечные/укорененные в массовом сознании) (идея Золотого века, которую мы можем найти в культурах различных этносов) и временные, *проходящие* (копирование восточнославянскими государствами некоторых недостаточно хорошо апробированных в социальном производстве, либо содержащих значительные разрушительные идеи западноевропейской цивилизации, например, идея ювенальной юстиции). Временные, в свою очередь, разделяются на долгосрочные и краткосрочные.

Чем больше расхождение между мнимыми и реальными интересами создателей иллюзии, тем меньше продолжительность действия социальной иллюзии и тем ниже эффективность происходящих под ее воздействием в обществе изменений и процессов. Классический пример краткосрочной социальной иллюзии – образ ваучерной приватизации в Российской Федерации, проходившей в 1991–1993 гг.

Некоторые иллюзии (линейные), возникнув, получают развитие и, достигнув своего пика, заканчивают свое существование и больше не появляются в структуре социокультурной динамики как значимый фактор развития. Иллюстрацией линейной иллюзии может служить судьба идеи о вечном двигателе. До 17 века существовали попытки создания такого технического изобретения. В период становления эпохи Просвещения наблюдалось развитие науки о теплоте и механическом движении, что позволило перейти к количественному описанию законов природы, вследствие чего была разрушена иллюзия о возможности существования вечного двигателя.

Есть примеры циклических иллюзий, которые генерируются, передаются, используются, отвергаются, опять возникают и т. д. В целом представляется, что можно говорить даже о вечных иллюзиях человека и человечества. Фактор, определяющий иллюзии по вышеописанным характеристикам, можно назвать *перманентностью / дискретностью*.

Циклической иллюзией можно назвать стремление построить справедливое (идеальное) государство основанное на унификации ценностей и правил, на обезличивании граждан данного государства и строгой регламентации поведения в различных сферах жизни. Данную иллюзию мы можем найти еще у Платона. В своей книге «Государство», написанной в 360 г. до н. э. в форме диалога, он изложил систематику и краткий критический анализ видов государственного устройства. Идеальное «государство будущего» не вошло в перечень описываемых

способов государственного устройства. О нем древнегреческий философ рассказал отдельно. На протяжении истории идея идеального государственного устройства неоднократно возникает как основа различных идеологий и политических доктрин (в том числе фашизма).

Прибегая к *цивилизационному подходу*, мы можем выделить специфические цивилизационные иллюзии, присущие в большей степени той или иной цивилизации. В западноевропейской цивилизации самая яркая иллюзия получила воплощение в идее всемогущества разума.

Следующий критерий классификации связан с предыдущими: назовем его социально-исторический либо культурно-исторический, указывающий на *время возникновения* социальных иллюзий.

Например, на основе широко известной классификации периодов общественного развития, с точки зрения способа производства: доиндустриальный, индустриальный и постиндустриальный (Тоффлер, Белл и др.), можно выделить социальные иллюзии доиндустриального общества, социальные иллюзии индустриального и постиндустриального обществ.

В качестве современной можно привести абсолютизацию позиции сциентизма – иллюзию возможности решения всех стоящих перед человечеством глобальных проблем с помощью исключительно достижений научно-технического прогресса, опираясь на результаты исследований в области естественно-научного и технического знания. При этом умаление или полное игнорирование роли духовного потенциала, необходимости развития социально-гуманитарных наук может рассматриваться как технократическая иллюзия.

При классификации по *социально-историческому признаку* с опорой на формационный подход маркировка социальных иллюзий будет другая. По этапам существования их можно подразделять на иллюзии первобытного, рабовладельческого, феодального, капиталистического, социалистического обществ.

Родственным предыдущему критерию классификации социальных иллюзий следовало бы назвать *актуальность, востребованность идей*, заложенных в иллюзиях, в современных социокультурных условиях. В соответствии с ней различаются принимаемые/признаваемые – активно влияющие на массовое сознание, непринимаяемые/опровергнутые и пограничные иллюзии. В качестве примера пограничной, а может быть, в какой-то степени уже и опровергнутой иллюзии можно назвать идеологию мультикультурализма, активно развиваемую на протяжении последних десятилетий в рамках европейской цивилизационной парадигмы, но не нашедшую, по признанию европейского сообщества, подтверждения в социальной практике и мало согласующуюся с реалиями сегодняшнего дня. Еще один пример – феномен виртуализации личных связей. Он породил принимаемую иллюзию сокращения расстояний и снижение потребности в реальном общении, особенно с внедрением технологий бесплатной коммуникации, что существенно для коммуникаторов, разделённых физическим расстоянием, преодоление которого влечёт не только временные, но и значительные материальные затраты. Также в качестве основы для выделения видов иллюзий можно взять *источник возникновения* социальных иллюзий (субъект, от которого исходит социальная иллюзия, генератор социальных иллюзий). По этому признаку иллюзии имеют двоякое происхождение. Они могут быть эндогенного и экзогенного характера.

Иллюзии возникают у людей в процессе их жизнедеятельности в первом случае – самостоятельно (стихийно). Огромная и практически неизученная область – самообман: люди сами у себя вызывают те или иные иллюзии, дорожат ими и отстаивают право на них даже с риском для жизни.

Сходные механизмы мы можем наблюдать в медицине при использовании эффекта плацебо. Эффект, возникающий в результате самостоятельно созданных иллюзий (самообмана), аналогичен эффекту плацебо.

Во втором случае иллюзии вызываются под влиянием сторонних субъектов (внешних сил, экзогенных факторов). В качестве продуцентов (индукторов) социальных иллюзий могут выступать: социальные группы, общественные организации, фирмы, корпорации, холдинги, концессии, представительства, союзы, партии, комитеты, правительства и т. д. При этом механизмы трансляции данными субъектами социальных иллюзий могут быть многообразны: посредством СМИ (особенно рекламы), официальной государственной идеологии, корпоративной политики и т. д. Данные иллюзии, имеющие источником экзогенные факторы, можно еще назвать управляемыми.

События зимы 2013–2014 гг. в Украине – яркий пример манипуляции сознанием с помощью создания иллюзий. В массовом сознании господствовала иллюзия возможности решения всех проблем Украины с помощью получения финансовых дотаций и открытия рын-

ков рабочей силы. В действительности же ни один из данных пунктов не существовал в официальной документации. Идея легко достижимого близкого благополучия искусно «подогревалась» в массах модуляторами данной управляемой социальной иллюзии.

По роли (положительной или отрицательной), которую социальные иллюзии играют в жизнедеятельности людей, их подразделяют на разрушающие (деструктивные) и созидающие (конструктивные) иллюзии. Следует заметить, что по этому показателю классифицировать феномен социальных иллюзий достаточно сложно, т. к. одна и та же иллюзия в различных социокультурных условиях может играть различные роли.

Чаще всего социальные иллюзии направлены на то, чтобы приукрасить действительность (прошлое или настоящее), вселить веру, надежду, придать инерцию определенной линии развития. Реже встречаются иллюзии, основанные на заниженных самооценках конкретного общества, упаднические, пессимистичные.

В соответствии с основными функциями мы выделяем мобилизирующие и демобилизирующие социальные иллюзии. Первые включают объединяющие механизмы, что дает возможность группе (нации) сохранить себя как единое целое. Например, героические представления об историческом прошлом могут рассматриваться как мобилизирующие. Они часто помогали национальной консолидации и выживанию в переломные моменты развития. Вторые – демобилизирующие – обладают свойствами разрушать единство, дезинтегрировать общество. В сознании жителей постсоветского пространства до настоящего времени бытует демобилизирующая иллюзия об образцовом сочетании на Западе научно-технического прогресса с высоким уровнем благосостояния и признанием индивидуальных прав личности. Это во многом объясняет продолжающуюся массовую миграцию не только высококлассных специалистов, но и представителей многих профессий средней или даже сравнительно невысокой квалификации, связанных с обслуживанием повседневных потребностей.

Если мы обратим внимание на сферу распространения социальных иллюзий или на то, насколько широко они представлены в обществе, то выделим следующие разновидности: ограниченные (присущие определенным стратам, профессиональным группам, субкультурам) и всеобщие (распространенные среди всех слоев населения).

Вера в безграничные возможности генетически модифицированных продуктов, выдвижение тезиса о перспективах избавления от голода во всем мире в результате повсеместного распространения этих достижений науки вначале существовала лишь в узких кругах генетиков, занимающихся данной проблемой. Позже, когда производство такой продукции было поставлено на поток, появилась коммерческая необходимость в формировании в массовом сознании положительного образа «панацеи от голода».

По масштабу охвата (критерию объема или количеству реципиентов социальных иллюзий) выделяют иллюзии мировые (например, возможности существования бесконфликтного общества, общеевропейского дома, единого человечества) и локальные (примером может служить попытка интерпретировать исторические события с точки зрения изменившегося внешнеполитического вектора).

Мы уже упоминали о том, что создание и внедрение социальных иллюзий – широко распространенный способ манипуляции массовым сознанием. В качестве суггерента – субъекта, являющегося объектом трансляции социальных иллюзий – могут выступать большие, средние, малые социальные группы. Также при более обобщенном подходе выявляются иллюзии отдельных личностей (индивидуальные) и массовые (коллективные). В зависимости от адресата, мы полагаем возможным делить социальные иллюзии на соответствующие виды.

Индивидуальные иллюзии могут касаться обстоятельств жизни отдельной личности, а также ее отношений с определенными лицами.

Массовые часто формируются извне, редко стихийно, чаще с целью манипулятивного воздействия.

К массовым иллюзиям современности можно отнести безоглядную веру в глобализм, представление о полезности тотальной бюрократизации жизни, трансгуманистические проекты.

С точки зрения национальной специфики, социокультурных оснований можно выделить (этно) национальные (иллюзии отдельных наций, государств) и глобальные, общемировые или общечеловеческие иллюзии.

Каждый народ приобретает за века своего развития определённые, свойственные только этому народу, парадоксальные стили восприятия, ситуации, процессы, формирующие «народные» социальные иллюзии, основная роль в них принадлежит бессознательным ин-

стинкам эмоциям, национальным традициям и ментальности народа (например, Н.А. Бердяев утверждал, что основной характеристикой русского национального сознания является парадоксальность). Возможность существования общемировых иллюзий обусловлена их связью с архетипами, хранящими содержание человеческого опыта, памяти.

По критерию *легальности* различают официально принятые (являющиеся составной частью идеологии, национальной идеи, отраслей науки) и неофициальные: «бытовые», основанные на слухах, пересудах.

В современном мире, особенно в идеологии западноевропейской цивилизации, укоренено иллюзорное понимание социального прогресса. Под прогрессивным развитием человечества преимущественно понимается совершенствование техники, создаваемой человеком, игнорируются иные критерии, например, направленные на развитие нравственности, способностей самого человека.

По *эмоциональной окраске* (с точки зрения качества) существуют иллюзии, в которых те или иные события, герои идеализируются либо демонизируются, т. е. создается утрированно (преувеличенно) положительный или отрицательный образ. Зачастую необоснованная демонизация отдельных социальных субъектов (еврейская нация в идеологии фашизма) и периодов в истории может служить образцом отрицательной или «минорной» иллюзии.

Существуют иллюзии, которые могут вводить в заблуждение людей при возникновении (соблюдении) определенных условий. Рекламодатели часто используют в рекламных роликах названия авторитетных государственных органов. Частный бизнес старается скрываться за государственными или муниципальными структурами, зная, что люди им верят.

Мы также можем характеризовать социальные иллюзии, используя сразу *несколько критериев*. Так, иллюзия может одновременно быть групповой, духовной и дезинтегрирующей, либо групповой, духовной и интегрирующей и т. п.

Феномен социальных иллюзий может быть раскрыт с помощью таких категорий как *тип и форма*. Тип социальных иллюзий – это взятые в единстве общие черты феномена социальных иллюзий, проявляющиеся в различных сферах общественной жизни, воздействующие на социальную динамику и характеризующиеся общими сущностными свойствами. По сферам жизнедеятельности общества, в которых возникают и действуют социальные иллюзии, существуют экономические, политико-правовые, социальные, духовные иллюзии.

Форма социальных иллюзий – это совокупность внешних признаков, определяемых содержанием данного феномена.

По *форме объективации* можно выделить утопию, социальную мифологию, заблуждения, общественные стереотипы, симулякры, предрассудки, суеверия и предубеждения.

Способ классификации социальных иллюзий по тому, в какой форме они воплощаются, является, на наш взгляд, наиболее продуктивным. Из всех вышеперечисленных разновидностей наиболее мощным преобразующим потенциалом обладают утопии, поскольку они несут задачу преодоления (хотя бы иллюзорно) реальных противоречий. Это связано с тем, что в утопии акцентируется внимание не на том, что есть в действительности, а на том, что должно быть [1, с. 50].

Давая общую характеристику утопии, можно резюмировать:

1) социальный утопизм является одним из важнейших феноменов иллюзорного сознания, обладающий следующими характеристиками: негативная оценка существующей действительности, инженерный подход к реальности, антиисторизм, статичность, образная форма выражения мыслей автора;

2) утопии, как и другие формы объективации иллюзорного сознания, имманентны массовому сознанию, поскольку именно они выступают в роли своеобразной социальной анестезии, что особенно актуально в переломные моменты исторического развития;

3) для выдвигания альтернативного проекта развития страны или цивилизации нужны идеи, исторические цели, которые несут в себе элемент утопического начала, использующего положительный потенциал социальной иллюзии. Именно такие идеи, укорененные в массовом сознании, могут дать стимул для социального развития, поскольку строятся на мечте о достижении масштабной цели, принципиальная невозможность полной реализации которой не снижает ее привлекательности для общества, стремящегося хотя бы максимально приблизиться к искомому идеалу.

Известный экономист Д. Макклоски, рассматривая перспективы развития экономической науки, указывает на такой ее недостаток как иллюзорность идеи социально-экономической инженерии. Данную позицию он обосновывает следующим пассажем: «Предсказание цены на нефть или ставки процента могли бы делать самих экономистов фантастически богатыми, чего однако не происходит, поскольку социальная инженерия остается иллюзией и отдаленной утопией, попросту не работает» [2, с. 17].

Социокультурные реалии опровергают представления просветителей, а также позитивистской (сциентистской) общественной мысли о том, что вторая по важности форма объективации социальных иллюзий – мифология – вытесняется по мере развития науки. Социальная мифология сегодня не только сохраняется на обыденном уровне социального бытия, но и активно продвигается, как повседневностью, так и средствами массовой информации.

Как отмечает российский специалист в области философии информации А.В. Соколов, теория информационного общества – научный миф, созданный не без корыстных интересов: «...главной движущей силой постиндустриальной глобализации являются могущественные транснациональные корпорации (ТНК), стремящиеся превратить весь мир в рынок сбыта своей продукции. Интересам ТНК соответствует идея «информационного общества», достигшего сплошной информатизации общественного производства и повседневной жизни людей благодаря мощной компьютерно-коммуникационной базе... Поэтому я называю информационное общество не научным прогнозом, а политическим мифом эпохи глобализации, отвечающим корыстным интересам частного капитала и государственной бюрократии» [3, с. 362–363].

Подвергается сомнению также доминировавшая ранее исключительно негативная оценка мифологических конструктов, так как речь идет о том, что помимо мифов-«обманок» существуют и мифы, которые выступают как способы обоснования социодидеи (оправдания общества). Это не утопии и не футурологические прогнозы, а символическая фиксация «возможного» в качестве «должного» в рамках конкретной культуры и массового сознания (особенно в той их части, которая касается повседневности) [4]. Именно о таких мифах мы говорим, когда характеризуем их как форму объективации социальных иллюзий.

Изучение всех существующих классификаций социальных иллюзий позволило нам создать авторский подход к исследуемой проблеме. Мы считаем наиболее полной и компетентной классификацию, в которой присутствуют следующие критерии анализа социальных иллюзий:

- длительность формирования;
- продолжительность существования;
- перманентность;
- время возникновения;
- актуальность, востребованность идей;
- источник возникновения;
- роль в жизнедеятельности человека;
- основные функции;
- сфера распространения;
- масштаб охвата;
- национальная специфика;
- легальность;
- эмоциональная окраска.

Подразделяя иллюзии на группы мы обращаемся и к цивилизационному и к формационному подходам.

Феномен социальных иллюзий может быть раскрыт с помощью таких категорий как тип и форма. По форме объективации можно выделить утопию, социальную мифологию, заблуждения, общественные стереотипы, симулякры, предрассудки, суеверия и предубеждения.

Наиболее распространенными формами объективации социальных иллюзий являются утопия и миф.

Литература

1. Кирвель, Ч.С. Образы будущего: утопия и антиутопия в современном мире : учеб. пособ : в 2-х ч. / Ч.С. Кирвель. – Гродно : ГрГУ, 1994. – Ч. 1 : Образы будущего, их специфика и роль в жизни людей. Утопия как особая форма осмысления и предвосхищения будущего человеческого общества. – 88 с.
2. Макклоски, Д. Риторика экономической науки / Д. Макклоски. – М. : СПб. : Изд-во Института Гайдара ; Издательство «Международные отношения», 2015. – 328 с.
3. Соколов, А.В. Философия информации : проф.-мировозр. учеб. пособие / А.В. Соколов. – СПб. : СПбГУКИ, 2010. – 368 с.
4. Коршунов, Г.П. Модельный подход к изучению социальной мифологии в структуре массового сознания / Г.П. Коршунов // Социология. – 2006. – № 3. – С. 81–85.

Гродненский государственный
университет им. Я. Купалы

Поступила в редакцию 07.12.2017

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМЕНИ Ф. СКОРИНЫ