



## ОБЩЕСТВО: ЦЕННОСТИ И СМЫСЛЫ

УДК 316.472.4

DOI 10.25688/2078-9238.2019.30.2.01

**А.В. Галухин**

### **Феномен реанимации мифогенеративных структур сознания в условиях социально-сетевой активности**

В статье выявляются предпосылки реанимации структур мифологического сознания и факторы распространения современных мифов, складывающиеся в процессе развития интерактивных форм социально-сетевого общения. Определяются условия проявления диспозиций к мифотворчеству на уровне саморепрезентации личности в социально-сетевом киберпространстве. Рассматриваются когнитивно-стилистические трансформации, определяющие восприимчивость к продуктам сетевого мифотворчества, демонстрируется релевантность условиям мифогенеративной активности новых форм языка сетевого общения.

*Ключевые слова:* мифологическое сознание; социальные сети; виртуальная реальность; коммуникация; мифотворческая активность.

**Х**арактерная для информационного общества диверсификация социально-коммуникативного пространства, сопряженная с формированием социальных сетей, возрастанием роли мультимедийных технологий и созданием виртуально-интерактивной среды, коррелирует с трансформацией культурно-генетической матрицы сознания человека, вовлеченного в ситуацию постмодерна, и сопровождается типичным для этой ситуации выявлением альтернативных ментальных диспозиций, влияющих на формирование реальных мотивационных структур и поведенческих комплексов социального субъекта. Так, в условиях интерактивного социально-сетевого общения на персональном и групповом уровнях могут выделяться альтернативные диспозиции, которые проявляются в виде тенденций *к рационализации*, отвечающей условиям сознательной вовлеченности человека в систему социально-институционализированных практик, и *к мифотворчеству*, которое не только компенсирует утрату глобальных исторических метанарративов, но и является также моментом конструирования относительно автономных

социально-символических пространств, заключающих в себе возможности новых «языковых игр», создающих иллюзию реабилитации жизненного мира человека. В плане исследования культурно-антропологических феноменов, возникающих на этапе интенсивного развития информационного общества, особенный интерес представляет вопрос о том, как в поливариантных формах саморепрезентации личности, групповой ассоциации и межличностной коммуникации в рамках виртуальных социально-сетевых формаций создаются предпосылки реанимации структур мифосознания и условия пролиферации социальных и персональных мифов [16, с. 648–653], в которых закодированы новые типы идентичности и образы социальной общности.

Пропедевтически выделим некоторые явные механизмы воспроизводства структур мифологического сознания и дистрибуции мифологем, имманентные условиям социально-сетевого общения.

### **Пограничность: на грани реальности и фантазии**

Присутствие в социальных сетях становится одной из ипостасей многомерной реальности человеческого существования. Однако онтологический статус этого присутствия определяется в горизонте вариативных возможностей мультимедийной саморепрезентации, механизмы отбора которых не всегда предусмотрены регламентом социальных сетей. Привлекательность социальных сетей возрастает настолько, насколько человеку предоставляется возможность самому определять степень виртуализации своего присутствия в многомерном киберпространстве и выбирать средства его символизации. Действительно, социальные сети способствуют расширению креативной феноменологии виртуального мира, поскольку «дают возможность *балансировать на грани реальности и фантазии: человек отражает там свою жизнь, но при этом частично моделирует свою идентичность*» (курсив наш. — А. Г.) [4, с. 7]. Именно балансирование на грани фантазии и реальности, делающее достаточно зыбким различие между виртуальным и реальным, является стихийным генератором устойчивой диспозиции к сетевому мифотворчеству. Очевидным примером такого балансирования служит виртуальный менеджмент идентичности, в рамках которого осуществляется мультипликация симулятивных образов самости и их проецирование на множество форм виртуального присутствия.

### **Виртуальный менеджмент идентичности**

Социальные сети становятся виртуальными платформами не только для репликативного утверждения собственной идентичности в порядке саморепрезентации, но и для творческого построения многих идентичностей, их комбинирования, трансформации или замещения. Если в условиях функционирования

социальных сетей не заложены алгоритмы определения того, в какой мере персональный профиль пользователя отображает личность реального человека, а в какой — представляет артефакт его симулятивного самопроектирования, то при отсутствии внешних верификаторов и внутренних ограничений возникают предпосылки для дезагрегации идентичности. Исследователи объясняют феномен дезагрегации идентичности, исходя из структурных возможностей присутствия в киберпространстве: «Если в реальном мире наши идентичности являются продуктом социального конструирования, сообразованного с институциональными ценностями, то киберпространство образует более широкую горизонтальную перспективу, которая обеспечивает возможности персонального формирования идентичностей» [13, с. 20]. Более того, если в реальном мире идентификация личности подчиняется принципу унитарности, то в киберпространстве часто имеет место мультипликация и пролиферация идентичностей. Таким образом, в ареале возможностей саморепрезентации личности в социальных сетях открываются каналы многоуровневого конструирования, форматирования, камуфлирования или даже бегства от самости посредством продуцирования множества ее симулятивных замещений, которые выступают основой для создания и распространения персональных мифов. В этом случае балансирование на грани фантазии и реальности создает абсолютно шизотипическую ситуацию, на которую так любят ссылаться философы-постмодернисты.

### Перспектива переколдовывания мира

Экзистенциальная ситуация человека, захваченного миром компьютерных технологий, такова, что «в компьютерном интерфейсе дух мигрирует из тела в мир тотальной репрезентации» [14, с. 101]. Человек искушается утопией самоактуализации или трансценденции посредством движения в пространстве возможных миров — генерируемых и трансформируемых образов виртуальной реальности, и эта утопия становится новым мифом. Возможности построения виртуальных миров завораживают современного человека, обещают удовлетворение тоски по трансцендентному, разившейся с того самого момента, когда вследствие секуляризации и интеллектуализации произошло расколдовывание мира [2, с. 713–714]. Прогнозируя усиление неискоренимых диспозиций к мифотворчеству в связи с интенсивным репродуцированием форм виртуальной реальности, Э. Кастронова профетически утверждает: «В перспективе мы уже не сможем жить без мифов... и когда мы наблюдаем последовательное переселение людей в миры, где вновь во всей разительной яви... было открыто волшебство, мы понимаем, насколько изголодались мы по мифу... Вполне возможно, что синтетические миры стали представлять новую мифологию. Быть может мифология эта, в конце концов, будет настолько успешной, правдивой, даже превосходной, что мы откроем для себя Век Чудес» [11, с. 276].

## Вариабельность и мультиплицируемость мифоидеологем

Выявляя специфику современных социальных мифов, исследователи отмечают, что «в современности существует не одна мифология, а множество мифов и мифологий» [8, URL], при этом современные мифы имеют ограниченное время жизни, охватывают, как правило, не все общество, а отдельные группы, и могут возникать из совершенно различных источников. Сама инфраструктура социальных сетей и формат сетевого общения обеспечивают благоприятные условия для одновременного сосуществования и распространения разрозненных мифов и идеологем. Ключевой особенностью как современного, так и классического мифа является его мультиплицируемость, т. е. возможность неограниченной *пролиферации* версий одного и того же мифа и сосуществования альтернативных мифопредставлений. Социальные сети оптимизируют возможности пролиферации готовых мифов и идеологем на уровне ризообразной структуры многообразного информационного контента и на уровне способов канализации, дифференциации и подачи информации, а также на уровне инициализации символических кодов и архетиповых комплексов через репродуцируемую множественность форм виртуального присутствия и ассоциации в сетевых сообществах.

## Дисперсия потенциалов рациональности

Пользователи социальных сетей обладают совершенно различными потенциалами рациональности и критического мышления [3, с. 70], и сама мотивация интерактивного присутствия в социальных сетях может быть как рациональной (Gesellschaft-отношения), так и нерациональной (Gemeinschaft-отношения), что во многом определяет меру актуальности установки на критическое восприятие получаемой информации.

С одной стороны, обращение к информационно-дистрибутивным возможностям социальных сетей нарушает принцип монополии на обладание асимметричной информацией, с которым ассоциируется экономическое влияние и бюрократическая власть в обществе модерна; экспоненциально возрастает доступность массивов разнообразной информации, необходимой для решения познавательных, образовательных и практических задач.

С другой стороны, достаточно типичной является ситуация, когда информация распространяется в социальных сетях без ссылки на источник и систематической верификации, что создает возможности манипуляции сознанием, в том числе и за счет распространения представлений, постепенно обретающих статус мифов или просто привлекательных в силу своей квазимифологической антуражности.

## Когнитивные трансформации: компьютеризация и клиповое мышление

Более того, пользователи глобальной сети, бессознательно движимые технологическим мифом, в рамках которого культивируется компьютеризация модель

мышления, могут передоверять функцию отбора и обработки информации виртуальным интеллектуальным машинам, которые существуют не только в виде известных поисковых систем, но и могут быть имплицитно встроены в собственные дистрибутивные механизмы социальных сетей. Когнитивно-функциональный экстернализм рождается как попытка компенсации недостатка аналитических средств, ресурсов и способностей обработки массивов разноречивой и разнокачественной информации, циркулирующей в Сети и транслируемой массмедиа, а архетип технической органопроекции, закрепившийся в эпоху научно-технической революции и усиленный распространением электронных устройств, служит ключевым источником стимулов доверия к технологическим факторам порядка.

Другим эффектом квазиэкзистенциальной брошенности современного человека в гетерогенную информационную среду и захваченности медийными технологиями, включенными в индустрию сознания [6, с. 57], выступает актуальная когнитивно-стилистическая трансформация, которая связана с появлением феномена *клипового мышления*. Последний стал предметом специальных когнитивно-феноменологических и социально-культурологических исследований. Весьма важным является изучение эффектов операционализации этого стиля мышления в области образования, политики, культуры, а также на уровне повседневных практик, включая, конечно, общение в Сети. К признакам клипового мышления относится способность «быстро переключаться между разрозненными смысловыми фрагментами» и обрабатывать информацию по незамысловатым схемам и в ускоренном режиме, которая получает развитие за счет уменьшения способности «к восприятию длительной линейной последовательности — однородной и одностильной информации, в том числе книжного текста» [9, URL].

В социально-культурологических исследованиях оформилось представление, что феномен этот служит индикатором эрозии оснований текстоцентрической культуры в массовом сознании информационного общества, когда вследствие развития электронных средств коммуникации «совершается возврат к устной и аудиальным формам под давлением симультанной организации опыта, обусловленной электронной технологией» [5, с. 108]. Это возвратное движение, по мысли М. Маклюэна, включает культивирование эффектов *мозаично-резонансного восприятия*, индуцированного развитием электронных медиаресурсов. Сама форма клипового мышления, в котором обнаруживается «дефицит внимания и предпочтение визуальных символов логике и углублению в текст» [7, с. 5], оптимально соответствует условиям тиражирования контекстуально разнородных представлений, способ связи которых может обеспечиваться протомифологической структурой, поддерживаемой посредством медийных технологий, включающих в себя формы суггестивного воздействия на потребителя информационного контента. В этом плане наша посттекстовая эпоха оказывается «соприродной» бесписьменным культурам [5, с. 69] архаических обществ; первобытное сознание, насыщаемое мифологемами, становится нам понятным, потому что «мы воссоздали его посредством электроники в нашей собственной культуре» [5, с. 69].

### Мультимедийный семиозис

Интенсивное развитие мультимедийно-технологических комплексов и внедрение их в коммуникационный аппарат социальных сетей расширяет возможности симулятивного замещения реальности в процессе общения онлайн, что стимулирует игру воображения и способствует распространению трансдискурсивно-коммуникативных практик, за счет которых активизируется образное мышление и вырабатывается новый язык, альтернативный языку, используемому в рамках стратегии классической текстуализации. В стиле мышления и в языке пользователей Сети оформляются диспозиции и средства для укоренения и разворачивания мифологем. Описывая способ существования мифа, Р. Барт утверждает: «Миф — это слово» [1, с. 356]. «Это слово является сообщением. Следовательно, оно может быть не обязательно устным высказыванием, но и оформляться в виде письма или изображения; носителем мифологического слова способно служить все — не только письменный дискурс, но и фотография, кино, репортаж, спорт, реклама, спектакли» [1, с. 358]. Возможности мультимедийных технологий позволяют оперировать различными видами информационного контента и комбинировать способы выразительной подачи информации с использованием как канонически текстуального, так и визуального, звукового, кинетического и даже кинестетического рядов, что не только расширяет диапазон средств передачи сообщений в процессе общения онлайн, но и учреждает новые форматы кодирования информации, предполагающие задействование наряду со стандартными средствами символизации и нестандартных приемов, применяемых с интенцией на формы семиозиса, отвечающие условиям виртуальной языковой игры.

### Постсимволическая коммуникация

Диффузия границ реального и виртуального порождает семантическую двойственность и синтаксическую полиморфность языка, используемого при общении в сетях. Ввиду подвижного горизонта виртуализации присутствия, когерентной статусу интерактивных отношений, сетевое общение, если его рассматривать со стороны языковой формы, может принимать характер постсимволической коммуникации. Так, выявляя специфику новых способов коммуникации, которые определяются на основе возможностей разворачивания семантического континуума в пространстве виртуальных миров, М. Хейм отмечает, что в этом случае «коммуникация может выходить за пределы вербального языка или языка тела и приобретать магические, алхимические свойства. Творец виртуальных миров может вызывать доселе неведомые комбинации изображения, звука и движения. Будучи сознательно сконструированными вне рамок обычной грамматики и синтаксиса языка, эти сигнальные системы (“*semaphores*”) не вписываются в традиционную логику вербальной и визуальной информации» [14, с. 116]. Социальные сети инкорпорируют механизмы дистрибуции мифов в той мере, в какой языковые выразительные формы социально- сетевого общения становятся средствами,



позволяющими осуществлять движение в многомерном символически выразительном пространстве жизни мифа.

### **Ризоморфность информационно-сетевого пространства**

Возможности мультипликации социальных и персональных мифов технически заложены в самом принципе построения социальных сетей, определяющем такие диспозитивные свойства социально-сетевых отношений, как децентрализованность и самоорганизуемость. Как известно, термин «социальные сети», предложенный Дж. Барнсом, в оригинальном его значении использовался для того, чтобы выделить уровень неформальных внеинституциональных социальных отношений, характеризующийся отсутствием скоординированной организации, основанной на культурных предписаниях или индуцированной властным воздействием. Тенденции к самоорганизации децентрализации связей и отношений в рамках социальных сетей определяются когерентно общим характеристикам виртуального информационно-сетевого пространства: «Новые информационные сети сходны с современным мегаполисом, который часто представляется как каменные джунгли или как результат бесконтрольного расползания агломерации. Лабиринт активностей и обходных путей расползается повсеместно без очевидного центра. В архитектурном плане расползание информационных сетей предполагает отсутствие философского и религиозного абсолюта» [14, с. 104]. В этом контексте уместно будет привести культурно-историческую аналогию: так, в период греческой архаики сосуществовало множество локальных культов, построенных на специфической системе мифологем, и обратной стороной архаического политеизма было отсутствие абсолютного центра смысла. Децентрализованность и самоорганизуемость отношений в рамках инфраструктуры социальных сетей, амплифицируемые полиморфической структурой информационной среды, представляющей ризому пронизывающих гиперссылок [12, с. 22], задают диспозиции к формированию у пользователей сетей такой мировоззренческой архитектоники, которая оптимально подходит для мультиплицирования позиций и представлений, которые могут приобретать статус своеобразных идеологических аналогов древних культов, сосуществующих, но не поддающихся унификации с позиции единой системы ценностно-мировоззренческих координат.

### **Виртуальная социальная реальность**

Альтернативной тенденцией является структурирование отношений пользователей на основе создания виртуальных социально-сетевых сообществ, служащих наиболее сильными верификаторами представления о киберпространстве как открытой и динамичной социальной среде [10, с. 45–59]. Виртуальные сообщества могут создаваться как ассоциации пользователей на основе вполне реальных интересов и отношений. Неслучайно исследователи указывают на «сходства

как в плане характеристик (взаимодействие, границы, нравы), так и в плане факторов формирования групповых объединений в сетях с теми объектами, которые описывали социологи» [4, с. 30]. Но сетевые сообщества являются также интересным объектом социально-культурологического исследования, поскольку в них может сложиться определенная субкультурная формация, в состав которой могут входить не только виртуальные артефакты и формы артикуляции интересов и целей ассоциации, но и сформировавшиеся традиции и ритуалы сетевого общения, а также распространившиеся мифы, посредством которых передаются символические коды, служащие основой для самоидентификации личности в контексте сознания виртуальной социальной общности.

### **Мифический путь к оригинальной позиции**

Довольно часто в рамках социально-реалистической интерпретации позиций субъектов интерактивного общения участие в сетевых сообществах, помимо удовлетворения гуманитарных интересов и потребностей в общении, самовыражении, рекреации, обмене опытом, образовании, обретении общности, объясняется интенциями на приобретение определенного социального капитала (включая статус, сопряженный с обладанием репутацией, связями, информацией, ресурсами доверия и влияния и т. д.). Однако в рамках социально-реалистического подхода не всегда учитываются те параметры и тенденции существования сетевых сообществ, которые обусловлены конструктивным отношением их участников к собственным возможностям виртуальной реальности и перспективам креативной актуализации последних при построении киберсоциального пространства. Дело в том, что репрезентация и ассоциация людей через социальные сети может осуществляться на основе репликации реальных форм рационально-практической коммуникации или повседневного незаинтересованного общения, а может принимать вид сложной социально-ролевой игры, включающей отношения символического обмена, противоборства и сотрудничества в рамках виртуально создаваемого социума [15, с. 124–145]. Достаточно распространенным среди пользователей социальных сетей является представление, что именно возможности виртуальной реальности позволяют осуществлять деконструкцию сложившихся парадигм социальной организации и выстраивать отношения членов сетевого сообщества на основе возвращения к той оригинальной позиции, о которой писал Дж. Ролз, индуцируя регулятивное представление о конвенционально конструируемом пространстве социальных отношений. Такое представление служит часто основой для воссоздания матрицы новых социальных мифов, которые распространяются в сетях.

### **Виртуализация социального капитала**

Общение в социальных сетях может рассматриваться как коммуникативная форма операционализации присутствия в виртуальном мире, а «виртуальный



мир создает пространства, где известность, престиж, уважение, влияние и даже богатство присваиваются в соответствии с совершенно другой системой ценностей. Виртуальные сферы формируют условия для игры на равных, при которой выделение традиционных атрибутов для определения статуса представляется не просто неправомерным и бесполезным, но также неподходящим» [13, с. 22]. Такая демократизация статуса в виртуальном социальном пространстве свидетельствует о том, что само понятие социального капитала переопределяется сообразно новому *качеству отношений* членов сетевых сообществ, которое вырабатывается в процессе их интерактивного взаимодействия, опосредованного отношением не только к реальному, но и к виртуальному миру, представляющему многомерно открытое пространство, в котором посредством ритуалов социально- сетевого общения проигрываются различные смыслы социальности. Понятие социального капитала наполняется гиперсимволическим содержанием и может приобретать мифический оттенок, когда возникает асимметрия этих отношений, т. е. когда репрезентация человека в качестве члена виртуального сетевого сообщества воздействует на перспективу восприятия позиций его в системе реальных связей и отношений, побуждая оценивать свой и чужой статус через систему симулятивных аксиологических конструктов.

### Продуцирование симулятивных образов социальности

Киберсоциальная креативность открывает широкий простор для продуцирования *новых образов социальности*, которые, с одной стороны, могут выполнять критическую роль утопии и отвечать актуальным потребностям социальной модернизации, а с другой — служить предметной основой для исполнения социально-мифотворческих интенций. Если в горизонтах виртуальной реальности выявляются возможности порождения разнообразных киберсоциумов, то встает вопрос о границах, структуре и смысловой интенции этих возможностей. Конструирование киберсоциумов приобретает позитивную эвристическую направленность в той мере, в какой оно, выполняя функции, традиционно отводившиеся мысленному социальному эксперименту, позволяет артикулировать поливариантные направления и возможности развития реальной социокультурной общности.

### Литература

1. Барт Р. Мифологии / пер. с фр. С.Н. Зенкина. М.: Директ-Медиа, 2007. 459 с.
2. Вебер М. Избр. произв. / пер. с нем.; сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова; предисл. П.П. Гайдено. М.: Прогресс, 1990. 808 с.
3. Галухин А.В. Проблема рациональности в контексте тематических сдвигов в эпистемологии // Вестник МГПУ. Сер.: Философские науки. 2013. № 1 (7). С. 69–80.
4. Ефимов Е.Г. Социальные интернет-сети (методология и практика исследования). Волгоград, 2015. 169 с.
5. Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Сотворение человека печатной культуры. Киев: Ника-Центр, 2004. 432 с.

6. *Мамардашвили М.К.* Очерк современной европейской философии. М.: Прогресс-Традиция, Фонд Мераба Мамардашвили, 2010. 584 с.

7. *Семеновских Т.В.* Феномен «клипового мышления» в образовательной вузовской среде // *Науковедение: интернет-журнал*. 2014. Вып. 5 (24) [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/fenomen-klipovogo-myshleniya-v-obrazovatelnoy-vuzovskoy-srede> (дата обращения: 15.03.2019).

8. *Топорков А.Л.* Мифы и мифология XX века: традиции и восприятие // Центр типологии и семиотики фольклора Российского государственного гуманитарного университета [Электронный ресурс]. URL: [www.ruthenia.ru/folklore/toporkov1.htm](http://www.ruthenia.ru/folklore/toporkov1.htm) (дата обращения: 15.03.2019).

9. *Фрумкин К.Г.* Клиповое мышление и судьба линейного текста // *Топос: литературно-философский журнал*. 2010. № 9 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.toros.ru/article/7371> (дата обращения: 15.03.2019).

10. *Щербина В.Н.* Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа (опыт рефлексии становления «киберкоммуникативного континуума»). Бердянск: Бердянск. гос. пед. ин-т, 2001. 252 с.

11. *Castronova Edward.* Synthetic Worlds: The business and culture of online games. Chicago and London: Chicago University Press, 2006. 332 p.

12. *Dreyfus Hubert L.* On the Internet. London and New York: Routledge, 2009. 181 p.

13. *Fraser Matthew and Dutta Soumitra.* Throwing Sheep in the Boardroom. How Online Social Networking Will Transform Your Life, Work and World. Southern Gate, Chichester: John Wiley & Sons Ltd., 2008. 332 p.

14. *Heim M.* The Metaphysics of Virtual Reality. New York, Oxford: Oxford University Press, 1993. 175 p.

15. *Papacharissi Zizi A.* (ed.) A networked self: identity, community and culture on social network sites. New York: Routledge. 337 p.

16. *Ponizovkina Irina.* Social Myth in Modern Society // 3rd International Conference on Education, Language, Art and Inter-cultural Communication (ICELAIC 2016). Part of series: Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 40. Netherlands: Atlantis Press, 2017. P. 648–653.

### *Literatura*

1. *Bart R.* Мифологии / пер. с фр. S.N. Zenkina. М.: Direkt-Media, 2007. 459 с.

2. *Вебер М.* Избр. произв. / пер. с нем.; сост., обшх. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова; предисл. Р.Р. Гайденко. М.: Progress, 1990. 808 с.

3. *Galuxin A.V.* Problema racional'nosti v kontekste tematiceskix sdvigov v e'pistemologii // *Vestnik MGPU. Ser.: Filosofskie nauki*. 2013. № 1 (7). S. 69–80.

4. *Efimov E.G.* Social'ny'e internet-seti (metodologiya i praktika issledovaniya). Volgograd, 2015. 169 с.

5. *Maklyue'n M.* Galaktika Gutenberga. Sotvorenje cheloveka pechatnoj kul'tury'. Kiev: Nika-Centr, 2004. 432 с.

6. *Мамардашвили М.К.* Очерк современной европейской философии. М.: Прогресс-Традиция, Фонд Мераба Мамардашвили, 2010. 584 с.

7. *Семеновских Т.В.* Феномен «клипового мышления» в образовательной вузовской среде // *Науковедение: интернет-журнал*. 2014. Вып. 5 (24) [Электронный ресурс].

URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/fenomen-klipovogo-myshleniya-v-obrazovatel-noy-vuzovskoy-srede> (data obrashheniya: 15.03.2019).

8. *Toporkov A.L.* Mify' i mifologiya XX veka: tradicii i vospriyatie // Centr tipologii i semiotiki fol'klora Rossijskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta [E'lektronny'j resurs]. URL: [www.ruthenia.ru/folklore/toporkov1.htm](http://www.ruthenia.ru/folklore/toporkov1.htm) (data obrashheniya: 15.03.2019).

9. *Frumkin K.G.* Klipovoe my'shlenie i sud'ba linejnogo teksta // Topos: literaturno-filosofskij zhurnal. 2010. № 9 [E'lektronny'j resurs]. URL: <http://www.topos.ru/article/7371> (data obrashheniya: 15.03.2019).

10. *Shherbina V.N.* Setevy'e soobshhestva v rakurse sociologicheskogo analiza (opy't refleksii stanovleniya «kiberkommunikativnogo kontinu-uma»). Berdyansk: Berdyansk. gos. ped. in-t, 2001. 252 s.

11. *Castronova Edward.* Synthetic Worlds: The business and culture of online games. Chicago and London: Chicago University Press, 2006. 332 p.

12. *Dreyfus Hubert L.* On the Internet. London and New York: Routledge, 2009. 181 p.

13. *Fraser Matthew and Dutta Soumitra.* Throwing Sheep in the Boardroom. How Online Social Networking Will Transform Your Life, Work and World. Southern Gate, Chichester: John Wiley & Sons Ltd., 2008. 332 p.

14. *Heim M.* The Metaphysics of Virtual Reality. New York, Oxford: Oxford University Press, 1993. 175 p.

15. *Papacharissi Zizi A.* (ed.) A networked self: identity, community and culture on social network sites. New York: Routledge. 337 p.

16. *Ponizovkina Irina.* Social Myth in Modern Society // 3rd International Conference on Education, Language, Art and Inter-cultural Communication (ICELAIC 2016). Part of series: Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 40. Netherlands: Atlantis Press, 2017. P. 648–653.

**A.V. Galukhin**

### **Phenomenon of Resuscitation of Myth-Generating Structures of Consciousness in the Conditions of Social Network Activity**

The article considers the prerequisites for resuscitation of the structures of mythological consciousness and the factors of the dissemination of modern myths, emerging in the process of developing interactive forms of social networking. The conditions for the manifestation of dispositions to myth creation at the level of self-representation of the individual in the social network cyberspace are determined. The article examines cognitive-stylistic transformations that determine susceptibility to the products of network myth-making, demonstrates the relevance to the conditions of the myth-generating activity of new forms of the network language.

*Keywords:* mythological consciousness; social networks; the virtual reality; communication; myth-making activity.