

**А. А. Бородуля**  
БГЭУ (Минск)

## **К ВОПРОСУ О СОЦИАЛЬНЫХ КРИЗИСАХ**

Тема и проблематика социальных кризисов является актуальной и весьма востребованной в социальной философии. Само слово «кризис» (др.-греч. κρίσις — решение; поворотный пункт) — означает изменения, противоречия, некие переходные состояния, при которых существующие средства достижения целей становятся недостаточными, в результате чего могут возникнуть непредсказуемые ситуации.

Социальный кризис является острой формой социального противоречия, которая связана с нарушением социальной устойчивости и стабильности. Противоречие является объективной составляющей и основой социального кризиса. Субъективная составляющая социального кризиса — осознание социального положения как критического, ощущение «пределов», неразрешимых ситуаций, «тупиков», невозможности дальнейшего движения.

Можно отметить близость понятий социального кризиса и глобальных проблем. Проявление глобальных проблем может происходить на всех уровнях социальной реальности, например: взаимоотношение общества и природы, разрыв между развитыми и развивающимися странами, экологические проблемы, проблемы войны и мира, демографические проблемы, проблемы истощения ресурсов и др.

Последствия социального кризиса могут быть различны и зависят от совокупности конкретно-исторических факторов, которые его породили и ему сопутствовали. В некоторых случаях социальный кризис ведет к деструкции и депопуляции сообщества (например, закат Римской империи), в других — общество находит особые внутренние резервы для мобилизации и восстановления своей структуры, эффективности работы политических, экономических, идеологических сфер общества.

Практика выхода из социальных кризисов также весьма различается. Во всех случаях наблюдаются два основных условия: общество (население) очень заинтересованно в сохранении или восстановлении тех или иных форм социальной интегрированности (экономические, политические, религиозные структуры и др.), а также формирование новой консолидирующей людей идеологии.

Можно также подчеркнуть, что целью изучения всех видов кризисов было и остается углубленное понимание социальных кризисов в современном мире. Необходимо активнее заниматься социально-философскими исследованиями и разработать концепцию преодоления всех видов кризисов, которая определит точное место социально-философских исследований в системе знаний, учитывая при этом их подлинное теоретическое и практическое значение для мирового и постсоветского общества.

*И. Л. Васильева, канд. филос. наук, доцент*  
*С. Н. Мизякина, канд. филос. наук, доцент*  
БГЭУ (Минск)

## **АРХЕТИПИЧЕСКОЕ В МАСКАХ КОМЕДИИ ДЕЛЬ АРТЕ**

Комедия дель арте, или комедия масок — вид итальянского народного театра, существовавшего параллельно с академическим театром. Спектакли комедии дель арте создавались импровизационно, сценарий содержал лишь краткую сюжетную схему представления, актеры были одеты в маски. Персонажами (масками) выступали опреде-

ленные социальные образы, в которых выделяются не индивидуальные, а типические черты. Функционально маски можно разделить на следующие группы: старики (сатирические образы Панталоне, Доктор, Тарталья, Капитан), слуги (Бригелла, Арлекин, Ковьелло, Пульчинелла) и служанки (Смеральдина, Франческа, Коломбина), а также влюбленные. Рассмотрим их с точки зрения учения К.-Г. Юнга об архетипах коллективного бессознательного.

Основываясь на гипотезе, что множество литературно-художественных образов и мотивов вырастает из определенного архетипического ядра, Юнг высказал предположение, что коллективное бессознательное состоит из мощных первичных психических образов, так называемых архетипов, «первичных моделей». Архетипы — бессознательные универсальные общечеловеческие модели-первообразы восприятия, а также воспоминания, которые предрасполагают людей определенным образом воспринимать мир и действовать в нем, воплощаясь, в частности, в символах культуры. В этом смысле интересно выделение К.-Г. Юнгом такого архетипа, как Персона, или маска (от латинского слова «persona», обозначающего «маска»). Персона — это наше публичное лицо, т.е. то, как мы проявляем себя в отношениях с другими людьми. Персона обозначает множество ролей, которые мы проигрываем в соответствии с социальными ожиданиями и требованиями. В понимании Юнга, персона служит цели производить впечатление на других или утаивать от других свою истинную сущность. Персона как архетип необходима нам, чтобы ладить с другими людьми в повседневной жизни. Однако Юнг предупреждал о том, что если этот архетип приобретает большое значение, то человек может стать поверхностным, сведенным до одной только роли и отчужденным от истинного эмоционального опыта.

Другой архетип Юнга, Тень, также нашел отражение в масках комедии дель арте. Образы Панталоне (скупого старика-купца), Доктора (псевдоученого старика), Капитана или Скарамуччи (солдата-хвастуна и труса) отражают темную сторону человеческого характера и поведения, находясь в противоречии с нормой социальной роли (солдат должен быть храбрым, старик — мудрым, ученый — профессионалом в своем деле).

Коллективная психика стала, согласно Юнгу, главной причиной устойчивых коллективных образов у определенных народов и этносов. Успешное распространение комедии дель арте можно объяснить тем, что ее персонажи выражали устойчивые образы коллективного бессознательного, которые варьировались в зависимости от той или иной территории. Так, у комедии дель арте было два основных центра — Венеция и Неаполь. В соответствии с этим сложились и две группы масок. Северную (венецианскую) группу представляли Доктор, Панталоне, Бригелла и Арлекин; южную (неаполитанскую) — Ковьелло, Пульчинелла, Скарамучча и Тарталья. Вместе с тем, несмотря на различия, их объединяли общие принципы структуры комедии, схожие типы масок, импровизационный характер. А если при этом вспомнить, что многие персонажи комедии дель арте имеют явное сходство с персонажами древнегреческих комедий Аристофана (врач-педант, ревнивый, скупой, похотливый старик, повар-обжора, солдат-бахвал, слуга-льстец, храбрец на словах), то мысль Юнга об архетипическом характере многих символов в искусстве становится еще более актуальной.