

Мифологическое мировоззрение в современном обществе: маркетплейсы и магия

В. А. ЛАПШИН

МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ,
МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

В данной статье мифологическое мировоззрение рассматривается как фактор, оказывающий влияние на реализацию человеческого потенциала и способствующий социальным культурным изменениям. Проводится анализ мифологического мировоззрения как философской категории, раскрываются его формы и особенности. Представлены результаты исследования его воздействия на современное общество.

Приводятся материалы исследования маркетплейса Wildberries как инструмента коммерциализации магических практик. Анализируются представленные там «магические» товары и практики работ с клиентами. Рассматривается процесс, при котором магия становится востребованным товаром. В статье показывается процесс трансформации магии от традиционных верований до части современной культуры, рыночной системы и социальных практик. Делается вывод о наличии деструктивного влияния замены научного мировоззрения мифологическим на развитие человеческого потенциала.

Ключевые слова: мифологическое мировоззрение; магия; маркетплейс; постиндустриальное общество; человеческий потенциал; тезаурусная сфера

ВВЕДЕНИЕ

На Новой Гвинее один человек был ранен на охоте копьем своего спутника. Подошли его друзья и стали расспрашивать, кто его заколдовал, поскольку в мировоззрении папуасов «несчастному случаю» места нет.

А. ЛЕВИ-БРЮЛЬ

Реализация человеческого потенциала как источника социокультурных изменений (Лапшин, 2013), на наш взгляд, тесно связана с такой категорией, как мировоззрение. Человеческий потенциал, представленный как тезаурусная сфера, включая в себя ценности, взгляды, жизненные ориентиры в категорию «своего» или, напротив, в категории «чужого» и «чуждого», напрямую зависит от особенностей мировоззрения индивида (Луков Вал. А., Луков Вл. А., 2004; Лапшин, 2017). Мировоззрение типологически можно разделить на мифологическое, религиозное, философское и научное (Нижников; Лагунов, 2024). Первые два вида основаны на вере в сверхъестественное и являются исторически более ранними, два других базируются на рациональном подходе к действительности и формируются с развитием цивилизации. Как мы отмечали ранее (Лапшин, 2023), становление индустриального и даже постиндустриального общества не привело автоматически к исчезновению веры в сверхъестественное и, как следствие, исчезновению типов мировоззрения, основанных на нем.

Антрополог С. В. Дробышевский отмечает: «Когда человек слаб и беспомощен перед силами природы, он склонен пытаться найти хоть какую-то точку опоры. Раньше зверюшка она такая фаталистическая была: есть еда — хорошо, нет — она умирает с голоду, а человек пытается что-то исправить. Если он объективно сде-

лать ничего не может, он может придумать, как это дело исправить. Например, общаться с духами, кормить духа последней едой, и вдруг дух поможет» (Почему наш мозг ... : Электронный ресурс). На уровне мировоззрения, отмечает исследователь, в настоящий момент у современных людей одновременно существуют все пласты сознания — от мистическо-религиозного до философского и научного.

Мифологическое мировоззрение обладает такими свойствами, как непротиворечивость, отсутствие рефлексии (миф является констатацией факта) (Лосев, 2001: Электронный ресурс), генетизм (Мифологическая форма ... : Электронный ресурс; Васильева, Зиганшин, 2015: 115–144), также оно характеризуется тем, что умозаключения строятся традуктивно (по аналогии). Философ А. Ф. Лосев отмечает, что «с точки зрения самого мифического сознания ни в каком случае нельзя сказать, что миф есть фикция и игра фантазии» (Лосев, 2001: Электронный ресурс).

Мифологическое мировоззрение для удобства в культурологии и философии часто разделяют на такие формы, как анимизм, тотемизм, фетишизм, шаманизм и магия. Строго говоря, все это исследовательский конструкт, так как сам носитель мифологического сознания (первобытного менталитета, по Леви-Брюлю) в целом не разделяет сакральное и профанное, естественное и сверхъестественное и, конечно, не определяет, например, в отдельную категорию наделение неодушевленного предмета сверхъестественными свойствами, такими как фетишизм, а свою веру в духов как анимизм. Однако в нашей работе для облегчения анализа мы будем использовать данную классификацию и проведем исследование коммерциализации магических практик на примере маркетплейсов.

Антрополог Бронислав Малиновский отмечает: «...каждый полевой антрополог на своем горьком опыте убедился в том, что примитивная магия исключительно монотонна и скучна, узко ограничена в своих приемах и идеях, неглубока в своих основных посылах» (Малиновский, 2015: 70). Несмотря на это его утверждение, современное мифологическое мировоззрение наполнено образами, созданными литературой, кино, телевидением, интернетом и различными шоу, что дало ему новую яркую оболочку, в которой оно существует в общественном сознании.

Магическое мышление, выйдя из обрядовых практик, призванных создать иллюзию контроля над силами природы, «договориться» с миром духов, обезопасить себя от магических по своей природе (на взгляд первобытного человека) явлений болезни и смерти, в современном обществе дополнительно приобретает функции товара. Магическая атрибутика сочетает в себе черты сакрального и черты профанного, такие как коммерциализация (становится товаром, получает категории цены и спроса), стандартизация, упрощение (из традиционной и элитарной становятся элементами массовой культуры).

АНАЛИЗ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ МАГИЧЕСКИХ ПРАКТИК НА ПРИМЕРЕ МАРКЕТПЛЕЙСОВ

В нашем исследовании мы решили проанализировать продажу магической атрибутики через ставшие крайне популярными в России за последние годы маркетплейсы. Маркетплейс — это цифровая-платформа / вид интернет-магазина, реализующий товары различных производителей и дающий покупателям онлайн-доступ к выбору, резервированию и покупке товара. Маркетплейс как продукт цифровизации служит для упрощения потребления товаров и услуг. В нашем исследовании мы проанализировали товары такого маркетплейса, как Wildberries,

так как он занимает первое место по количеству онлайн-продаж в России (Что ждёт маркетплейсы ... : Электронный ресурс). «Магические» товары в маркетплейсе представлены крайне широко, например: магические свечи, амулеты и обереги, книги по магии и астрологии, «традиционная» медицина и аюрведа, «заговоренная соль», магические травы, карты Таро, камни, обладающие мистическими свойствами, куклы Вуду и вольты, маятники для биолокации и многое другое. Здесь мы приводим только те товары, которые предназначаются прежде всего аудитории с запросами именно магического характера, а не игрового или иного типа. К сожалению, в рамках одного исследования невозможно проанализировать весь объем данных, и нами был выбран такой товар, как «магические свечи».

На запрос в маркетплейсе Wildberries «магические свечи» найдено 29 284 товара (Wildberries: Электронный ресурс). Использование свечей в обрядовых и магических целях является древней практикой. По классификации Д. Фрэзера (Фрэзер, 2025) это можно отнести к симпатической магии; по Б. Малиновскому — к магическим действиям / ритуалу, направленному на решение конкретной проблемы в условиях неопределенности.

Далее приведем наименования наиболее популярных товаров данной категории и количество зафиксированных сайтом компании оценок, данных им покупателем (оценивать товар на маркетплейсе могут только люди, приобретавшие его), ценовую категорию:

- «Магические свечи скрутки на деньги, набор» — 754;
- «Свеча восковая “Тайна крови”» — 178;
- «Черные магические свечи с полынью для очищения и защиты» — 1744;
- «Набор магических свечей “Вдохновение”» — 16 238;
- «Магические свечи от негатива “Бумеранг”» — 4545;
- «Свечи магические “Чистка финансового канала”» — 2454;
- «Свечи магические с травами и заговорами» — 740;
- «Свеча магическая программная с рунами + оберег-талисман» — 211;
- «Свечи магические набор из воицины» — 1478;
- «Магическая свеча “Клубок Проблем”» — 157;
- «Магическая свеча “Сила Рода”» — 61;
- «Свеча ритуальная “Щит от негатива и зла”» — 1301;
- «Свеча ритуальная “Открытие денежного потока”» — 1190;
- «Магическая свеча “От порчи и сглаза”» — 75;
- «Магическая свеча “Путь победителя”» — 20;
- «Свеча магическая программная с рунами и травами» — 150;
- «Чистка финансового канала» — 501;
- «Магическая свеча “Адский котел”» — 107;
- «Черные магические восковые свечи с полынью, очищение и защита» — 297;
- «Подарочный набор свечи на деньги» — 1905;
- «Свечи восковые скрутки на деньги “Путь защиты и изобилия”» — 312;
- «Свечи восковые магические с гравировкой “Очищение”» — 7;
- «Магическая свеча с программой “Денежная”» — 185;
- «Свечи восковые на любовь, магические» — 71;
- «Свечи из воицины программные на здоровье» — 1736;
- «Восковая свеча магическая на любовь, подарочная» — 1736;
- «Программная свеча с травами “Открытие 7 дорог”» — 7;

*«Программная магическая черная свеча “Бумеранг возмездия”» — 5224;
«Свечи из воишины магические с карельскими травами: похудение» — 99;
«Свечи магические с амулетом на любовь и страсть» — 158.*

Основная сфера интересов клиентов маркетплейсов в данной тематике — финансовое благополучие, на него приходится 70% рассмотренных объявлений. Остальные темы — защита от «темных сил» (сглаз, чистка от негатива, порча и проч.), возвращение «негативной» энергии / месть, улучшение здоровья, любовь и отношения — суммарно занимают 30%.

Ценовая категория свечей варьируется от 90 до 3600 руб. Исследование показало, что покупка товара, имеющего магическую атрибуцию, это не финал взаимоотношений продавца и покупателя. В рамках маркетплейса можно не только оценить качество товара, но и задать вопросы продавцу. В данном случае вопросы становятся также частью магической практики. Приведем наиболее яркие и подтверждающие примеры с сохранением оригинальной грамматики.

Вопросы пользователей: *«Можно обозначение огарка?», «Можно пожалуйста расшифровку», «Скажите, сколько времени длится действие свечи?»*

Пример ответа: *«Работа Свечи рассчитана на полгода. Ориентируйтесь на свой внутренний запрос, возможно, захотите пораньше “качнуть” энергии».*

Вопросы пользователей: *«Свеча страсть к ней идет заговор? Страсть человека ко мне или как. Мне для других людей нужно сделать?»*

Пример ответа: *«На других людей активировать данную Свечу запрещено. Если им будет нужно — сами рассмотрят эту тему».*

Вопросы пользователей: *«Планирую у Вас заказать “Молот Тора”. Можно ли оговорить данную свечу таким образом, чтобы она отсекала напрочь всех тех, кто питается моими ресурсами, накостит мне на ментале и прочих, кроме супруги и детей? Ну то есть, имею ввиду, что всех, даже родственников, если имеет место быть их подключки или другой негатив, кроме указанных лиц».*

Пример ответа: *«МТ, изначально, соответствует озвученным Вами задачам. При активации Вы сами можете внести коррективы: кого отсечь, а кого не трогать. Но учтите, что может быть так, а зачастую так и есть, что Заказчик глупо заблуждается в источнике негатива».*

Вопросы пользователей: *«Свеча примирение. Там есть заговор?»*

Пример ответа: *«Свеча оговорена во время изготовления, это — готовый ритуал. Простое прочтение “слов с бумажки” не имеет к оговору никакого отношения. Вам нужно при ее активации озвучить свои намерения».*

Вопросы пользователей: *«Горела свеча 2,5 часа и в процессе горения было состояние расслабления. Но, не сгорели руны. Одну руну она кинула в огонь, когда она упала, остальные две не сгорели. Прошу дать комментарии по опыту. Фото прикладываю».*

Пример ответа: *«То, что руны не сгорели — ничего критичного. Они работают на металле, где все находится на своих местах) По опыту Свечи Татьяна: 1. Человек из ближайшего окружения “подъедает” ее ресурсы, больше склоняюсь*

к мужчине. Поставлен блок. 2. Деструктивная программа “перекрытие дорог”, опять-таки, связанная с мужчиной. Какое отношение он имеет к Татьяне, сказать затрудняюсь, но маркер — наличие у него определенных зависимостей. Активация Свечи прошла успешно, НВДП уничтожена».

Вопросы пользователей: «Можно, пожалуйста, расшифровку?».

Пример ответа: «Указания по активации амулета находятся в инструкции к Свече) По опыту: 1. Уничтожена деструктивная программа, которая находилась с Вами с детства. Она была направлена не именно на Вас, а на одного из самых близких людей, Вас зацепило. Если считаете, что в большинстве случаев Вам не везет в сравнении с другими людьми и Вы очень одиноки, несмотря на отношения, тогда НВДП идентифицирована правильно. 2. Определенный мужчина очень любит Вас. Активация свечи прошла успешно».

Вопросы пользователей: «Можно обозначение огарка?», «Можно, пожалуйста, расшифровку?».

Пример ответа: «По форме остатка видно плотное основание с наплывами и высокий вытянутый столб в центре. Это говорит о том, что очищение запустилось активно и вытянуло давний накопленный негатив... Остатки утилизируйте вне дома. После повторной чистки поставьте защиту белой свечой на рост Луны, представляя вокруг Вас плотный световой купол».

Вопросы пользователей: «А диагностики не будет? Просто лайк?»

Пример ответа: «Молот “Тора”, “Чистка негатива”, “Открытие дорог”».

Вопросы пользователей: «А свечу прожигать в ночь перед экзаменом?»

Пример ответа: «За два-три дня до экзамена».

Вопросы пользователей: «Один вопрос дополнительный: если человека крестили другим именем (нет святой с именем, которое дали при рождении), какое имя корректней будет написать?»

Пример ответа: «Пишите то имя, которое носите в миру».

Вопросы пользователей: «Еще у меня вопрос, была сделана порча(крадник), основную часть порчи почистили рунами и свечами, но часть видимо осталась. Постоянно снится что я не могу найти дорогу домой, уже год с тех пор, как сделали негатив. Скажите, что это может значить и правильную ли свечу я заказала? И надо ли еще какие-то свечи дозаказать?»

Пример ответа: «Судя по описанию сна, Вы не можете понять свое предназначение, не можете найти свой жизненный путь. Или, как вариант, НВДП с рождения, родовой деструктив, препятствующий выполнению определенной родовой программы».

В среднем каждая четвертая покупка содержит просьбу о расшифровке, что углубляет магическое взаимодействие, свидетельствует о большей роли мифологического мировоззрения в жизни индивида.

*ПРИЧИНЫ И ОСОБЕННОСТИ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ НЕОМАГИЧЕСКИХ ПРАКТИК
В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ*

Рассматривая магические практики, Фрэзер выделяет такие виды магии, как имитативная (гомеопатическая) и контагиозная (основанная на соприкосновении). В первом случае подобие вещей воспринимается как их взаимосвязь, во втором считается, что если вещи один раз соприкоснулись, то они всегда остаются в мистическом контакте (Фрэзер, 2025). Бронислав Малиновский разделяет магию по видам деятельности: «Материалы и принадлежности, используемые в них, часто служат тому же. Кинжалы, острые колющие предметы, дурно пахнущие или ядовитые вещества, используемые в черной магии, ароматические вещества, цветы, опьяняющие средства, употребляемые в магии любовной; ценности — в хозяйственной магии — все эти вещи связаны с конечной целью обрядов преимущественно посредством эмоций, а не идей» (Малиновский, 2015:71).

Современный пользователь магических свечей из маркетплейсов в полной мере наделен «первобытным интеллектом», является носителем мифологического мировоззрения. В соответствии с принципом имитативной магии он сам или посредством продавца-«чародея» ищет смысл в форме оплавленного воска, потрескивании и изменении длины пламени свечи. Контагиозная магия продавца-консультанта заряжает свечи, травы и другие элементы, входящие в их состав, передает им магические свойства.

Как и любая подобная магическая практика, она «действует» через нарушение закона логики «после этого, не значит по причине этого» (Сковиков, 2012: 343–344). Также, в соответствии с особенностями мифологического мировоззрения, указанными раньше, негативные примеры не учитываются. В формируемом посредством открытых комментариев сообществе работает механизм взаимного эмоционального заражения. Сообщество связывается общим понятийным аппаратом, словами, маркирующими пользователей как «своих», например: «*крадник*», «*чистка*», «*негатив*», «*перекрестие дорог*» и т. д.

Магия, став элементом массовой культуры, включается в область «своего» и не критично осмысливается — фантастические элементы, представленные в кино, на телевидении, в интернете, книгах, начинают восприниматься частью аудитории как элементы реальной жизни. Обращение к мифологическому мировоззрению является также элементом контроля над действительностью, попыткой выйти из кризисной ситуации, когда рациональные средства, доступные индивиду, исчерпаны или не воспринимаются им как доступные. Социальная аномия, общественные и социальные кризисы не могут быть изменены конкретным индивидом, однако сознание человека «Я-центрично» (Майерс, 2024: 50–67) и, как следствие, требует действий по изменению реальности, что взывает к жизни обряды, по сути, не отличимые от поражения копьями на рисунке на песке, изображающем цели охоты у племени масаи, или практики задабривания домового в русской деревне.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Несмотря на то что современный человек является, несомненно, носителем научного мировоззрения, формируемого со школы, мифологическое мировоззрение может влиять на целеполагание не только в бытовой жизни (например, следование приметам), но и в реализации человеческого потенциала как источника социокультурных изменений в целом. Индивид перепоручает выбор карьеры, межличност-

ных отношений, подготовки к экзаменам сверхъестественным силам вместо формирования собственной социальной субъектности. Маркетплейсы, превращая магию в товар, поддерживают в клиентах мифологическое мировоззрение, не только утверждая наличие у товара магических свойств, но и поддерживая эту иллюзию посредством коммуникации в ответах на вопросы. Доступность чтения комментариев другими пользователями способствует внутригрупповому сплочению, что повышает толерантность к магическим практикам. Результатом этого может стать усиление отчуждения человека от действительности, принятие решений нерациональным образом, выбор мистики вместо реального решения проблем, лечения, налаживания межличностных отношений, повышения собственной квалифицированности в учебной и трудовой деятельности.

Чертами мифологического мировоззрения являются непротиворечивость, отсутствие рефлексии, что не позволяет индивиду правильно верифицировать результаты своей деятельности, объективно оценивать социальную реальность вокруг себя. Опора прежде всего на традиционные умозаключения (анalogии) с нестрогой связью между признаками ведет к ошибкам и искажениям при работе с информацией.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Васильева, А. Н., Зиганшин, Р. М. (2015) Мифология как эволюция форм социального восприятия // Социально-гуманитарные знания: научно-образовательное издание. №2. С. 115–144.

Лапшин, В. А. (2013) Структурные компоненты человеческого потенциала // Знание. Понимание. Умение. №1. С. 259–263.

Лапшин, В. А. (2017) Построение тезаурусной сферы как метод исследования человеческого потенциала молодежи в контексте «улучшения» человека // Тезаурусы и тезаурусная сфера : II Академические чтения памяти Владимира Андреевича Лукова, 29 марта 2017 г. : сб. науч. тр. / ред. кол.: Вал. А. Луков (отв. ред.), Н. В. Захаров, Т. Ф. Кузнецова [и др.]. М. : Изд-во Моск. гуманит. ун-та, С. 127–132.

Лапшин, В. А. (2023) Когнитивные искажения астрологических прогнозов (по материалам пилотажного исследования, проведенного студентами) // Научные труды Московского гуманитарного университета. М. : Изд-во Моск. гуманит. ун-та. №1. С. 45–49.

Леви-Брюль, Л. (2002) Первобытный менталитет / пер. с фр. Е. Калыщикова. СПб. : Европейский Дом. 400 с.

Лосев, А. Ф. (2001) Диалектика мифа: дополнение к «Диалектике мифа». М. : Мысль. 559 с. URL: https://azbyka.ru/otechnik/Aleksej_Losev/dialektika-mifa/2 (дата обращения: 21.02.2026).

Луков, Вал. А., Луков, Вл. А. (2004) Тезаурусный подход в гуманитарных науках // Знание. Понимание. Умение. №1. С. 93–100.

Майерс, Д. (2024) Социальная психология. 7-е изд. СПб. : Питер. 800 с.

Малиновский, Б. (2015) Магия, наука и религия / пер. с англ. А. П. Хомика. М. : Академический проект. 298 с.

Мифологическая форма мировоззрения [Электронный ресурс]. URL: https://humanism.ru/biblioteka/88-cks/678-cks8.html#_ftnref1 (дата обращения: 21.02.2026).

Нижников, С. А., Лагунов, А. А. (2024) Типология философских мировоззрений. проблемы натуралистического мировоззрения // Философская мысль. М. : НБ-Медиа. №1. С. 56–68.

Почему наш мозг обречен создавать религии? [Электронный ресурс] // Дробышевский. Человек разумный. URL: https://vk.com/im/convo/8212135?entrypoint=list_all&z=video-227237476_456239284%2F0099e22c0cbb47be47 (дата обращения: 11.02.2026).

Сайт компании Wildberries [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wildberries.ru/catalog/0/search.aspx?search=магические%20свечи> (дата обращения: 11.02.2026).

Сковиков, А. К. (2012) *Логика* : учебник. М. : Издательство Юрайт. 575 с.

Фрэзер, Д. Д. (2025) *Золотая ветвь: Исследование магии и религии*. М. : Азбука. 976 с.

Что ждет маркетплейсы в 2026 году [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/story/6747269b9a794774fe0c21df> (дата обращения: 11.02.2026).

Дата поступления: 04.03.2026 г.

MYTHOLOGICAL WORLDVIEW IN MODERN SOCIETY:
MARKETPLACES AND MAGIC

V. A. LAPSHIN

MOSCOW INTERNATIONAL UNIVERSITY, MOSCOW UNIVERSITY FOR THE HUMANITIES

In the paper, the mythological worldview is considered as a factor influencing the realization of human potential as a source of socio-cultural changes. The author conducts an analysis of mythological worldview as a philosophical category, reveals its forms and features. The results of a study of its influence on modern society are presented.

The article presents research materials of the Wildberries marketplace as a tool for commercializing magical practices. The “magic” goods presented there are analyzed, as well as the practice of working with clients. The article examines the process by which magic becomes a sought-after commodity. The article shows the process of transformation of magic from traditional beliefs to a part of modern culture, market system and social practices. It is concluded that there is a destructive influence of replacing the scientific worldview with a mythological one on the development of human potential.

Keywords: mythological worldview; magic; marketplace; post-industrial society; human potential; thesaurus sphere

REFERENCES

Vasileva, L. N. and Ziganshin, R. M. (2015) Mifologiya kak evolyutsiya form sotsialnogo vospriyatiya. *Sotsialno-gumanitarnie znaniya: nauchno-obrazovatelnoe izdanie*, no. 2, pp. 115–144.

Lapshin, V. A. (2013) Strukturnie komponenti chelovecheskogo potentsiala. *Znanie. Ponimaniye. Umenie*. no. 1, pp. 259–263

Lapshin, V. A. (2017) *Postroenie tezaurusnoi sferi kak metod issledovaniya chelovecheskogo potentsiala molodezhi v kontekste «uluchsheniya» cheloveka. Tezaurusi i tezaurusnaya sfera : II Akademicheskie chteniya pamyati Vladimira Andreevicha Lukova, 29 marta 2017 g. : Sb. nauch. trudov* / ed. by Val. A. Lukov et al. Moscow, Izd-vo Mosk. gumanit. un-ta. Pp. 127–132.

Lapshin, V. A. (2023) Kognitivnie iskazheniya astrologicheskikh prognozov (po materialam pilotazhnogo issledovaniya, provedennogo studentami). *Nauchnie trudi moskovskogo gumanitarnogo universiteta*, no. 1, pp. 45–49.

Lévy-Bruhl, L. (2002) *Pervobitnii mentalitet* / transl. from French by E. Kal'shnikov. St. Petersburg, Evropeiskii Dom. 400 p.

Losev, A. F. (2001) *Dialektika mifa: dopolnenie k “Dialektike mifa”*. Moscow, Misl. 559 p. (Online) Available at https://azbyka.ru/otechnik/Aleksej_Losev/dialektika-mifa/2 (accessed: 21.02.2026).

Lukov, Val. A. and Lukov, Vl. A. (2004) Tezaurusnii podkhod v gumanitarnikh naukakh. *Znanie. Ponimaniye. Umenie*, no. 1, pp. 93–100.

Myers, D. (2024) *Sotsial'naya psixologiya* / transl. from Eng. by Z. S. Zamchuk. St. Petersburg, Piter. 800 p. Pp. 50–67.

Malinowski, B. (2015) *Magiya, nauka i religiya* / 7th ed., transl. from Eng. by A. P. Khomik. Moscow, Akademicheskii projekt. 298 p.

Mifologicheskaya forma mirovozzreniya (Online). Available at: https://humanism.ru/biblioteka/88-cks/678-cks8.html#_ftnref1 (accessed: 21.02.2026).

Nizhnikov, S. A. and Lagunov, A. A. (2024) Tipologiya filosofskikh mirovozzrenii. Problemi naturalisticheskogo mirovozzreniya. *Filosofskaya misl*, no. 1, pp. 56–68.

Pochemu nash mozg obrechen sozdavat religii? (*Drobishevskii. Cbelovek razumnii*) (Online). Available at: https://vk.com/im/convo/8212135?entrypoint=list_all&z=video-227237476_456239284%2F0099e22c0cbb47be47 (accessed: 11.02.2026).

Wildberries (Online) Available at: <https://www.wildberries.ru/catalog/0/search.aspx?search=magicheskie%20svechi> (accessed: 11.02.2026).

Skovikov, A. K. (2012) *Logika: uchebnik*. Moscow, Yurait. 575 p.

Frazer, J. G. (2025) *Zolotaya vetv` : Issledovanie magii i religii* / transl. from Eng. by M. K. Ryklin. Moscow, Azbuka. 976 p.

Chto zbdyot marketpleisi v 2026 godu (Online). Available at: <https://www.rbc.ru/story/6747269b9a794774fe0c21df> (accessed: 11.02.2026).

Submission date: 04.03.2026.

Лапшин Василий Андреевич — кандидат философских наук, доцент, заведующий кафедрой общегуманитарных наук Московского международного университета, доцент кафедры философии, социологии и культурологии Московского гуманитарного университета. Адрес: 111395, Российская Федерация, г. Москва, ул. Юности, 5. Тел.: 7 (499) 374-51-51. Эл. адрес: Socrab@inbox.ru

Lapshin Vasily Andreyevich, Candidate of Philosophy, Associate Professor, Head, Department of General Humanities, Moscow International University, Associate Professor, Department of Philosophy, Sociology and Cultural Studies, Moscow University for the Humanities. Postal address: 5, Yunosti St., Moscow, Russian Federation, 111395. Tel.: 7 (499) 374-51-51. E-mail: Socrab@inbox.ru