

МИФОЛОГИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ В АСТРОЛОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ СМИ)

MYTHOLOGICAL PRACTICES IN ASTROLOGICAL DISCOURSE (BASED ON MASS MEDIA TEXTS)

V. Andreev
V. Khodus

Summary: The work is devoted to the analysis of the problem of actualization of mythological consciousness in semiotically rich astrological texts broadcast by the media. The article deals with the issue of popularization of astrology in the mass information environment, as well as the influence of this process on the consciousness of society. Examples are given that demonstrate the potential of texts on this subject in terms of the ability to influence the behavioral and worldview attitudes of a person.

Keywords: myth, mythological consciousness, semiotics, astrological text, mass media, astrological discourse.

Андреев Вадим Альбертович

аспирант, Северо-Кавказский федеральный университет,
г. Ставрополь
andreewadim1@gmail.com

Ходус Вячеслав Петрович

Д.филол.н., профессор, университет МГУ-ППИ,
Китай, г. Шэньчжэнь
xodusvp@yandex.ru

Аннотация: Работа посвящена анализу проблемы актуализации мифологического сознания в семиотически насыщенных астрологических текстах, транслируемых СМИ. В статье рассматривается вопрос о популяризации астрологии в массовой информационной среде, а также о влиянии этого процесса на сознание общества. Приведены примеры, демонстрирующие потенциал текстов данной тематики в аспекте способности оказания воздействия на поведенческие и мировоззренческие установки человека.

Ключевые слова: миф, мифологическое сознание, семиотика, астрологический текст, СМИ, астрологический дискурс.

Обращаясь к истории человечества, мы обнаруживаем информацию о том, что первые символы появились в период позднего палеолита. Так, рисунки на стенах пещер, оставшиеся от культуры охоты и собирательства, интерпретируются как первое символическое творение человечества.

С древних времен понимание мироздания, мира во всех его проявлениях, зарождение и развитие эзотерических знаний осуществлялось через символы. Мифы, легенды, сказания способствовали установлению процесса передачи этих символов и символического смысла между поколениями и культурами. Этот путь, начавшийся у истоков мифологического мышления, прошел сквозь различные культурологические периоды и смог отобразить свою символическую сущность в разной степени в контексте соответствующей эпохи.

Одной из главных особенностей бессмертия мифов в мировой культуре и литературе является то, что они могут продолжать функционировать, не деформируя собственного смыслового ядра [9, с. 2]. Мифологическое мировоззрение является наглядным доказательством этого, а мифологическое мировосприятие представляется источником символического языка художественной мысли. Иными словами, благодаря этому феномену человек способен символически воспринимать и понимать окружающий его реальный мир.

Мифы являются базисом для интерпретации художественных символов, но и символическая мысль сыграла роль в создании самого мифа. По Лосеву [4, с. 173], все символы в мифе являются знаками, однако, не все знаки можно считать символами. Ученый отмечает, что символизм предмета или события передает их значение, но это значение комплексно, так как оно одушевляет, персонафицирует и художественно отражает воспринимаемый предмет или событие.

Мифологическое мировосприятие, будучи неотъемлемой составляющей мышления, нашло репрезентацию в так называемых мифологемах, трактуемых как «мотив мифа, его фрагмент или часть, получающие воспроизведение в поздних фольклорных и литературных произведениях» [3, с. 1331]. Благодаря своему значимому семиотическому статусу, данные единицы мышления составляют основной список «культурных концептов» и, в свою очередь, формируют мифологическую концептосферу национально-культурной картины мира.

Стоит отметить, что мифологичность мышления остается одной из характеристик человеческого сознания и сегодня. Однако мифологема как единица мифа в современной жизни характеризуется большей подвижностью, кратковременностью, а также стремлением к глобализации с сохранением национально-культурной специфики. [7, с. 4]

Понятие мифа занимает особое место при изучении сфер деятельности человека, основанных на оказании воздействия и попытках управления массовым сознанием. Мифологическое сознание – феномен синкретичный и гомогенный (индифферентный к проявлениям неоднородности, в том числе и социальной), что позволяет ему стать гибким инструментом воздействия на массовое сознание как всего общества в целом, так и его отдельных групп. Актуализация мифических структур, образов и символов в языковом и информационном пространстве активизирует архетипическую память адресата, побуждая его к некоему сценарию действий, «продиктованному» коллективным бессознательным. Именно в нем хранятся эмоциональные и физиологические реакции на конкретные опыты, накопленные за время существования человечества. Причем опыты эти могут быть как личными, так и групповыми, позитивными либо негативными.

Мифологические образные прототипы, являющиеся с одной стороны порождением традиционного мифического мышления, а с другой – отражением современного видения глобальной действительности, могут использоваться средствами массовой информации с целью оказания комплексного влияния на поведенческие и идеологические установки социума.

Особенно отчетливо проследить реализацию таких стратегий можно в информационной среде, заведомо предрасположенной к актуализации сакральных смыслов, архетипов и символов. Подобной средой нам представляется языковое пространство текстов астрологической тематики, а в частности астропрогнозов, гороскопов и предсказаний.

Идея взаимоотношения общества и астрологии сама по себе является очень емкой. Концепция прогнозирования будущего человека путем вычислений и расчётов положения небесных тел в определенный момент времени существует уже на протяжении не менее трех тысяч лет. Претерпев некоторые изменения, но сохранив изначальный смысл, она продолжает быть актуальной и в современном мире.

Представленная в бесчисленных средствах массовой информации, от журналов до книг, от телевизионных программ до различных цифровых видеотрансляций в социальных сетях по всему миру, астрология является одним из самых популярных продуктов массовой культуры. Во многих публикациях, телевизионных программах и веб-сайтах, посвященных астрологии, космологические исследования превращаются в товар, продукт популярной культуры, который покупается и продается. Составляются специальные карты рождения и прогнозы на будущее, а также предоставляются астрологические консультации посредством сеансов, проводимых так называемыми астрологами и самопровозглашенными экс-

пертами в этой области.

Средства массовой информации транслируют гороскопы, используя человеческую потребность в надежде и страхе. Именно эти две константы человеческого естества наиболее отчетливо резонируют в сознании и подсознании адресата, усиливая его чувствительность к воздействию и контролю любого рода.

В качестве одного из наиболее ярких примеров претворения данного феномена можно привести презентацию в СМИ так называемого «коридора затмений» - небольшого промежутка времени между двумя затмениями, лунным и солнечным. На страницах интернет-изданий можно найти следующие заголовки: *«Коридор затмений с 30 апреля по 16 мая: чем он опасен и как пройти его без потерь. Рекомендации астролога»*, *«Астропсихолог предупредила об опасностях, которые несет коридор затмений. «Жизнь предложит провокации»: чего стоит опасаться в период коридора затмений.»*, *«30 апреля начался коридор затмений: как его пережить, чтобы не испортить себе жизнь на ближайшие годы.»* Первым, что обращает на себя внимание, является избытие лексических единиц с негативной коннотацией: *«опасен»*, *«потеря»*, *«предупредила»*, *«пережить»*. Однако степень когнитивного воздействия интенсифицируется за счет более глубоких механизмов, а именно путем апелляции к образам и символам, хранящимся в мифологической и архетипической памяти. Светила – Солнце и Луна – у большинства древних цивилизаций наделялись сверхъестественным и божественным значением, жизнь без них не представлялась возможным, а следовательно затмения (моменты дисфункции небесных тел) мифологически трактовались как конец всего живого (боги разгневались, демоны пожрали Солнце и Луну, Солнце погасло и т.п.)

Символизм затмения сохранил свое значение и в современных реалиях. Восходя корнями к архетипу апокалипсиса и находя вербализацию в информационном поле СМИ, он вызывает реакцию в сознании адресата, пробуждая первобытный страх и оказывая влияние на поведенческие стратегии реципиента (как минимум – перейти по ссылке и прочитать прогноз полностью или обратиться за консультацией к астрологу-автору прогноза). Учитывая общность коллективного бессознательного для всего социума, а также широту охватываемой аудитории, на которую транслируется информация такого рода, можно рассуждать о том, насколько мощным инструментом контроля может являться актуализация мифологических прототипов.

Интересным фактом является то, что астрологические тексты не всегда предсказывают будущее конкретного человека. Иногда их прогнозы выходят на глобальный уровень и могут касаться целых стран. В данном контексте

уместно говорить о воздействии не только на поведенческие, но и на мировоззренческие установки реципиента.

В своем интервью Надежде Стрелец от 30.03.2022 российский астролог Тамара Глоба объясняет мировоззрение населения некоторых стран, а также их действия на политической арене путем их ассоциации с мифологическими архетипами – знаками Зодиака: «... и поэтому целиком политика Штатов – страны Близнецов – ввязаться в драку сегодня, а завтра будем разбираться», «Россия – все-таки страна Водолея, поэтому мы долго собираемся и долго терпим. Но если мы выскочили и ударили – здесь не остановить», «Украина – мирный Телец, который хочет мирно жить, хочет покоя, радости», «Китай – Козероги, это страна, которая живет за стеной, но внутри себя – это люди свободные».

В данных примерах отчетливо выделяются лексические единицы, которые так или иначе описывают идеологические установки: «ввязаться в драку», «долго терпим», «выскочили и ударили», «мирно жить», «живет за стеной». Однако усиление их воздействия на адресата достигается за счет присвоения таким поведенческим

моделям еще и мифологически означенных «оболочек» – знаков Зодиака. Их актуализация в мифологической памяти как конкретного гражданина, так и всего населения страны в результате может помочь создать нужную мировоззренческую позицию, а также спрогнозировать поведенческие привычки. Иными словами, человек как бы осознает, что все «продиктовано звездами», а значит – так и должно быть.

Таким образом, мифологическое сознание, вошедшее в себя многовековой опыт человеческой цивилизации, представляется нам мощным средством формирования модели мировоззрения. Актуализируя архетипические, мифологические и символические структуры в современном информационном и текстовом пространствах, адресант сообщения может оказывать влияние на поведенческие установки адресата. Кроме того, эффективность такого рода воздействия повышается благодаря трансляции данных сообщений на широкую аудиторию. В этой связи представляется актуальным вопрос о способности человека к фильтрации получаемой информации и важности воспитания критического мышления в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Иванова Е.В. Архетип апокалипсиса и его вербализация в текстах СМИ// Екатеринбург, 2012. - № 4 (42) - с. 184-188
2. Кубрякова Е.С. Прагматика и когнитивная лингвистика// Прагматические аспекты функционирования языковых единиц/ тезисы докладов и выступлений на совещании. М., 1991. - с. 5-6.
3. Культурология. Энциклопедия: в 2 Т. / гл. ред. и автор проекта С.Я. Левит. М. Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2007. Т. 1 1392 с., Т. 2 1184 с. (серия «Summa culturologiae».)
4. Лосев А.Ф. Проблема символа и реалистическое искусство / А.Ф. Лосев. - М.: Искусство, 1976. - 367 с.
5. Макаровский Д.А. Эволюция мифологических форм: от управления к манипуляции [Электронный ресурс] // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2009. №3.
6. Минаева Л.В., Морозов А.Ю. Мифологизация рекламной коммуникации как прием воздействия на массовое сознание [Электронный ресурс] // Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество). 2009. №3.
7. Питина С.А. Концепты мифологического мышления как составляющая концептосферы национальной картины мира / Челябин. гос. ун-т. Челябинск, 2002. 21 с.
8. Якоба Ирина Александровна Внешние и внутренние параметры медийного дискурса [Электронный ресурс] // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. 2019. №3 (180).
9. Bekirgizi, P. Mythopoetic and Myth Concepts in Philological Thought / Science and Education, 2016
10. Pınarbaşı, G. Mass media and astrology as a reflection of the culture industry. Psychology Research on Education and Social Sciences 2021, 2(2), 83-93.

© Андреев Вадим Альбертович (ndreewadim1@gmail.com), Ходус Вячеслав Петрович (xodusvp@yandex.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»