

## КОММУНИКАТИВНЫЙ ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОСТИ: МИФЫ И СИМВОЛЫ

***Аннотация:** В статье проанализированы причины и следствия изменений, происходящих в современном культурном пространстве и наиболее явно проявляемых в текстах массовой коммуникации: рекламе, политике, массовой культуре. Осмыслено воздействие компьютерно опосредованной коммуникации. Оно приводит не к увеличению и структуризации знаний индивида, а напротив, к доминированию мифологического сознания, для которого характерным является совмещение архетипических структур и современных реалий. Но подобное сочетание постоянного (мифы, архетипы и наивное сознание) и преходящего в культуре (социальные элементы, подверженные изменению во времени) охарактеризовано как неотъемлемая черта символизирующего существа – человека, естественная трансформация его сознания.*

***Ключевые слова:** современный миф, архетип, постфольклор, интернетлор, компьютерно опосредованная коммуникация.*

**T. V. Poplavskaya**

Minsk

## THE COMMUNICATIVE PORTRAIT OF THE MODERN WORLD: MYTHS AND SYMBOLS

***Abstract:** The article analyzes reasons and consequences of the changes, undergoing in the modern cultural environment and most clearly manifested in the texts of mass communication: advertising, politics and mass culture. The impact of computer-mediated communication is reflected on. It does not lead to an increase and structuring of the knowledge that an individual possesses. On the contrary, it leads to the dominance of mythological consciousness, which is characterized by the combination of archetypal structures and modern realities. But this*

*combination of the permanent (myths, archetypes and naive consciousness) and the transient in culture (social elements subject to change over time) is characterized as an integral feature of a symbolizing being – homo sapiens, a natural transformation of their consciousness.*

**Key words:** *modern myth, archetype, postfolklore, internetlore, computer-mediated communication*

Коммуникация как способ существования личности в социуме, как известно, не имеет ни временных, ни пространственных границ. Это то, что делает человека человеком, неотделимо от человеческого общества, было, есть и будет с ним всегда. Основным средством коммуникации по-прежнему является человеческий язык, который способен передавать мысли и эмоции, опыт и рассуждения, увиденное и услышанное, прошлое и будущее. Суть общения остается неизменной. А что меняется? Разумеется, первое, что приходит на ум – это так называемая компьютерно опосредованная коммуникация, своего рода параллельная вселенная, вместившая в себя все виды общения, кроме внутриличностного. Конечно, можно долго рассуждать о примитивизации дискурса, о сокращении идиолексикона и прочих превратностях современных коммуникативных эпизодов. Но, очевидно, всё несколько сложнее. Можно утверждать, что определенным модификациям подвергается культурное пространство как форма существования культуры в человеческом сознании. Меняется то, что В. В. Красных называет коллективным когнитивным пространством [4, с. 41–45], то есть структурированная совокупность знаний и представлений членов социума – когнитивная база. Причем, по мере уменьшения знаний (а это примета времени) увеличивается количество представлений и наступает доминирование того, что Алексей Федорович Лосев называл мифологическим сознанием, для которого миф как развернутое магическое имя является необходимостью [5, с. 217–233]. Как писал Ролан Барт, мифом может стать всё что угодно [1, с. 72–130]. Вспомним Паниковского у Ильфа и Петрова: «Кефир помогает от сердца» [2, с. 272]. Наше время наполнено такого рода паниковскими: от индивидуальных до коллективных. Суперфуды, супергимнастика, бесчисленные атрибуты так называемого здорового образа жизни, чудодейственные добавки, уникальные лекарства, душераздирающие страшилки, бесконечные предсказания, омолаживающие средства, отвороты, привороты – всё это в изобилии присутствует в интернете, популярных журналах, интенсивно внедряется в массовое сознание, которое мифологично по своей природе [6].

Любой элемент культурного кода, традиция, ее материальное воплощение, текст, система представлений имеют мифологический компонент. Это наглядно демонстрирует ядро культурного кода, по сути сформированное мифологами, но не так заметно на его периферии.

Как отмечает Сергей Неклюдов, современная мифология использует архетипические семантические модели: «золотой век», «апокалипсис», «мировое зло», «рай на земле», «вечная молодость» [6]. Мы видим поэтизацию различных исторических периодов, демонизацию персон и событий, эйджизм молодых.

«Мифологией пронизана вся культурная, художественная и идеологическая практика, включая области казалось бы вполне позитивно-рациональные (относящиеся к политике, экономике, медицине и др.), но всё же опирающиеся на определенные ценностные ориентиры» [6]. В качестве «Золотого века», вызывающего ностальгические переживания в различных культурах выступают порой достаточно неожиданные периоды истории: войны и перемирия, расширение границ или их сужение, этнические сдвиги, кризисы или их длительное отсутствие. Мрачный для многих народов Южной и Центральной Европы период Оттоманской Порты – золотой век Османской империи, воспетой в том числе и современными турками, с поэтизацией жизни в гареме, повседневного быта, архитектуры, торговли. Супруга президента Турции Реджиба Эрдогана проводит конференцию, тема которой – роль валиде-султан (матери правящего падишаха) в образовании женщин и прочих радостях османской жизни. Захвативший Константинополь в 1453 году султан Мехмед, именуемый завоевателем (Фатих – сейчас так называется исторический центр Стамбула) в турецких источниках часто именуется освободителем. Именно этим словом нередко заменяют слово «завоеватель» современные турецкие переводчики при переводе соответствующих текстов с турецкого на европейские языки. На территории Восточной Европы поэтизированным «золотым веком» выступает и эпоха царя Алексея Михайловича и по сути противоположная ей – Петра Первого, советская действительность, перестройка, Великое Княжество Литовское, Запорожская Сечь и многое другое, выдвигая на первый план различные ценности и формируя мифологическую систему представлений.

Если семантическая модель «золотой век» ассоциируется с прошлым, то «апокалипсис» устремлен в будущее и играет с апелляцией к страху, часто перекликается с семантической моделью «мировое зло». Коммуникация в рамках моделей «золотой век» и «апокалипсис» имеет как спонтанный, так и искусственный характер, мифология же «мирового зла» как правило является конструируемой. Мифология «рая на земле» и «вечной молодости» в значительной степени имеет маркетинговые корни и редко бывает спонтанной.

А. Л. Топорков выделяет 4 типа современных мифов:

- 1) Мифы политической и общественной жизни;
- 2) Религиозные и этнические мифы (чаще связаны с самоидентификацией);
- 3) Мифы, связанные с внерелигиозными верованиями (снежный человек, экстрасенсы);
- 4) И, что интереснее всего в аспекте коммуникации – мифы массовой культуры (американская мечта, маркетинговые мифы, бытовая магия). И вот мы наблюдаем городские легенды (не соответствующие действительности истории, байки), дениализмы (мировоззрение, основанное на отрицании реальности, магическое мышление) [9].

Практически каждый тип современных мифов использует все архетипические семантические модели или их элементы.

В 2006 году Джон Ллойд с соавторами написали «Книгу всеобщих заблуждений», в которой автор приводит перечень фактов, которые люди склонны считать истинными, то есть популярных мифов. В книге 282 страницы.

Одним из аспектов мифологического мышления является символизм. Если рассматривать миф согласно А.Ф. Лосеву – как смыслообразующую основу жизни, на первый план сознания выдвигаются формируемые мифами символы как ключевые представления о реальности [5, с. 471–526]. При анализе символизма в качестве атрибута мифологии, их внутренняя связь часто представляется характеристикой исторических, религиозных, фольклорных мифов, относящихся к ядру культурного кода. Однако и современные, формирующиеся на наших глазах мифы порождают новые символы, новые значения привычных лексем, новые интерпретации элементов действительности. Символичность бытия лучше всего просматривается в политике и рекламе [7]. Последняя по сути имеет имманентно присущий ей мифологический характер. Скажем, сравнение рекламируемого порошка с «обычным» (обычный – привычный, нормальный) предполагает новое значение слова «обычный» как неэффективный, устаревший. И вот уже вопрос в интернете: «Чем отличается обычный человек от нормального?» Лексема обрела некую отрицательную символику. По определению Д. М. Расмуссена функцией символа является трансформация сознания [8]. Отсюда – вечное движение сознания символизирующего существа – человека [3].

## ЛИТЕРАТУРА

1. Барт, Р. Избранные работы: Семиотика, Поэтика. – М. : Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1989. – 616 с.
2. Ильф, И. А., Петров, Е. П. Золотой теленок / И. А. Ильф, Е. П. Петров. – М. : Дет. Лит., 2017. – 478 с.
3. Кассирер, Э. Философия символических форм : в 3 т. / Э. Кассирер. – М. ; Спб. : Ун. книга, 2002. – Т. 1 : Язык. – 272 с.
4. Красных, В. В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность (Человек. Сознание. Коммуникация) / В. В. Красных. – М. : Диалог – МГУ, 1998. – 352 с.
5. Лосев, А. Ф. Миф Число. Сущность / А. Ф. Лосев. – М. : Мысль, 1994. – 920 с.
6. Неклюдов, С. Ю. Структура и функция мифа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://philologos.narod.ru/myth/nekludov.htm>. – Дата доступа: 01.08.2021.
7. Рапай, К. Культурный код. Как мы живем, что покупаем и почему / К. Рапай. – «Альпина Паблишер», 2019. – 136 с.
8. Rasmussen, D.M. Symbol and Interpretation. The Hague: Martinus Nijhoff, 1974. P. – 86.
9. Топорков, А. Л. Мифы и мифология XX века: традиция и современное восприятие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ruthenia.ru/folklore/toporkov1.htm>. – Дата доступа: 03.07.2021.

## REFERENCES

1. Bart, R. Izbrannye raboty: Semiotika, Poetika. – M. : Izdatel'skaya gruppа «Progress», «Univers», 1989. – 616 s.
2. Il'f, I. A., Petrov, E. P. Zolotoj telenok / I. A. Il'f, E. P. Petrov. – M. : Det. Lit., 2017. – 478 s.
3. Kassirer, E. Filosofiya simvolicheskikh form : v 3 t. / E. Kassirer. – M. ; Spb. : Un. kniga, 2002. – T. 1 : YAzyk. – 272 s.
4. Krasnyh, V. V. Virtual'naya real'nost' ili real'naya virtual'nost' (CHelovek. Soznanie. Kommunikaciya) / V. V. Krasnyh. – M. : Dialog – MGU, 1998. – 352 s.
5. Losev, A. F. Mif CHislo. Sushchnost' / A. F. Losev. – M. : Mysl', 1994. – 920 s.
6. Neklyudov, S. YU. Struktura i funkciya mifa [Elektronnyj resurs]. – Mode of access: <http://philologos.narod.ru/myth/nekludov.htm>. – Time of access: 01.08.2021.
7. Rapaj, K. Kul'turnyj kod. Kak my zhivem, chto pokupaem i pochemu / K. Rapaj. – «Al'pina Pablisher», 2019. – 136 s.
8. Rasmussen, D.M. Symbol and Interpretation. The Hague: Martinus Nijhoff, 1974. P. – 86.
9. Toporkov, A. L. Mify i mifologiya XX veka: tradiciya i sovremennoe vospriyatie [Elektronnyj resurs]. – Mode of access: <https://www.ruthenia.ru/folklore/toporkov1.htm>. – Date of access: 03.07.2021.