

УДК 811.161.1

DOI: 10.26907/2782-4756-2023-73-3-38-43

ГОРОСКОП В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ: ЛИНГВОКОММУНИКАТИВНЫЙ АСПЕКТ

© Анастасия Мубаракшина

HOROSCOPE IN THE MEDIA SPACE: A LINGUOCOMMUNICATIVE ASPECT

Anastasia Mubarakshina

The article considers the phenomenon of horoscopic text relevant to modern linguistics in general and analyzes it as a type of speech genre in particular. The article argues that the horoscopic text, functioning in the media space, is a cluster integrative unit created under the influence of a number of extralinguistic factors, which is directly reflected both in the linguistic means used in horoscopes and in their structural organization. The ubiquitous digitalization of the information space causes a reduction of a predictive text's volume and brings it closer to media genres. The proof that the horoscope is a separate speech genre is the regular use of a certain set of speech acts in its texts, which make up the formula of the genre, while the range of relevant speech acts gets limited by this formula. As a result of our analysis of three hundred horoscope texts, we found that two types of a regularly used speech act can be distinguished in their structure, or two basic components of the media horoscope structure. The first component, implemented in a proposition, is represented by an assertive; the second part, perceived as a recommendation, is represented in the form of a directive of various types. We consider that assertives can be divided into informative and evaluative; directives are verbalized by means of prescriptive and motivational varieties, phraseoreflexions, promptings with a forecast, permissions and suggestions. Each type of a speech act is verbalized through a certain set of lexical and grammatical means of the language strengthening the communicative position of the author.

Keywords: horoscope text, media space, speech genre, speech act, directives, assertives

Статья посвящена рассмотрению интереснейшего для современной лингвистики феномена гороскопического текста в целом и анализу его как вида речевого жанра в частности. Утверждается, что гороскопический текст, функционирующий в медиапространстве, представляет собой кластерную интегративную единицу, создаваемую под влиянием ряда экстралингвистических факторов, что непосредственным образом находит свое отражение и на языковых средствах, используемых в гороскопах, и на его структурной организации. Повсеместная цифровизация информационного пространства обуславливает сокращение объема прогностического текста и сближает его с медийными жанрами. Доказательством того, что гороскоп является отдельным речевым жанром, является использование в его текстах определенного набора речевых актов на регулярной основе, которые составляют формулу жанра, при этом диапазон релевантных речевых актов становится ограничен данной формулой. В результате анализа трехсот гороскопических текстов было установлено, что в их структуре можно выделить два типа регулярно используемых речевого акта, или два базовых компонента структуры медиагороскопа. Первый компонент, реализуемый в пропозиции, представлен ассертивом; вторая часть, воспринимаемая как рекомендация, репрезентируется в виде различных типов директива. Ассертивы в данных текстах могут быть как информативные, так и оценочные; директивы вербализуются посредством прескриптивных, побудительных разновидностей, фразеорефлексов, побуждений с прогнозом, разрешений и суггестивов. Каждый тип речевых актов вербализуется посредством определенного набора лексико-грамматических средств языка, которые усиливают коммуникативную позицию автора.

Ключевые слова: гороскопический текст, медиапространство, речевой жанр, речевой акт, директив, ассертив

Для цитирования: Мубаракшина А. Гороскоп в медиапространстве: лингвокоммуникативный аспект // Филология и культура. Philology and Culture. 2023. №3 (73). С. 38–43. DOI: 10.26907/2782-4756-2023-73-3-38-43

Многообразие сфер деятельности человека регламентирует использование конкретных единичных высказываний, которые мы, вслед за М. М. Бахтиным, понимаем как речевые жанры [1, с. 271], которые за время своего существования в конкретной сфере человеческой деятельности приобрели относительно устойчивые черты, связанные с тремя ключевыми аспектами: тематикой жанра, его стилистикой, проявляющейся в используемом наборе лексико-грамматических средств языка, а также его структурной организацией, или композиционным построением.

На наш взгляд, современный гороскопический текст теряет черты прогностического текста и правомерно претендует на статус автономного речевого жанра, сфера бытования которого ограничивается медиапространством, что в свою очередь диктует соответствующие требования к его формату и содержанию.

Под современным гороскопом релевантно понимать сложившийся под влиянием повсеместной цифровизации малоформатный текст, являющийся кластерной интегративной единицей и распространяемый преимущественно в медиапространстве в устной и письменной форме. Такого рода тексты отличаются сочетанием универсальных признаков художественных и публицистических текстов, вербализующих наставление на ближайшее будущее (чаще всего на день), при этом суггестивный потенциал подобных максимально обобщенных астропрогнозов интенсифицируется посредством реализации речевых тактик с использованием сложного набора лексико-семантических и синтактико-стилистических средств языка.

Нужно подчеркнуть, что гороскопический текст не тождественен термину «медiateкст» в силу своих характерных дифференциальных признаков, поскольку медiateкстами могут считаться любые тексты, в том числе и художественные произведения, опубликованные в глобальном информационном пространстве. В то же время нельзя приравнивать современный гороскопический текст к традиционным гороскопам, поскольку данные тексты основаны в большей степени не на астрологических расчетах, а на теории речевых жанров, что очевидно при анализе гороскопов, представленных в средствах массовой информации [2].

Возможность противопоставления традиционного жанра гороскопа и гороскопического текста, распространенного в медиапространстве, обусловлена многоуровневой структурой последнего, которая формируется под воздействием широкого диапазона экстралингвистических

факторов, таких как гендерный аспект (лев-мужчина, лев-женщина), соотнесение с социальной сферой (бизнес гороскоп, любовный гороскоп, гороскоп здоровья и т. д.), характер коммуникации (индивидуальный и массовый гороскоп), культурные и национальные особенности (Западный и Восточный гороскопы), возраст реципиентов и многих других. Учет этих факторов влечет за собой «обращение к когнитивным контекстам разного уровня сложности в виде различных систем знаний о мире» [3, с. 19].

Современный гороскопический текст в глобальном информационном пространстве – это описание типичной жизненной ситуации социального взаимодействия людей, следовательно, в фокусе внимания оказывается в том числе и социопрагматический аспект медиагороскопа. Нужно отметить, что в лингвистике разнятся мнения о том, что лежит в основе речевого жанра: текст или речевой акт. В этой связи мы склоняемся к утверждению А. Вежбицкой о том, что каждый речевой жанр представляет собой набор речевых актов, в совокупности дающий конкретную относительно устойчивую и воспроизводимую формулу жанра, которая в дальнейшем и регламентирует выбор только релевантных для нее типов или видов речевых актов [4, с.101]. Этот постулат позволяет рассматривать гороскопический текст как речевой жанр, состоящий из конкретного набора речевых актов, встречающихся с относительной регулярностью и образующих формулу, каждый компонент которой может быть рассмотрен отдельно.

Целью данной статьи является выявление конкретных типов речевых актов в гороскопическом тексте, используемых копирайтерами на регулярной основе. Нужно отметить, что термин «копирайтер» использован неслучайно, поскольку, как уже было отмечено, гороскопический текст создается под влиянием законов медиапространства, целью которого является не составление достоверного прогноза, а популяризация самой идеи предсказания и продвижения тематического медиаресурса в глобальной сети. Следовательно, для составления малоформатных гороскопов привлекаются не только астрологи, но и специалисты в сфере рекламной индустрии.

Для анализа было отобрано более трехсот гороскопических текстов, размещенных на специализированных интернет-платформах *Гороскоп@ру* [5] и *Гороскопы365.ру* [6].

Рассмотрение гороскопического текста с точки зрения речевого акта зиждется на интенции автора строить высказывание по конкретным лексам, свойственным данному речевому жанру, и

с соблюдением традиционной для любого речевого акта структуры. Эта особенность присуща в том числе рекламным текстам, лозунгам, слоганам и подобного рода высказываниям.

Таким образом, гороскоп как коммуникативный акт начинается с локутивной фазы, то есть с оформления высказывания по законам и в соответствии с нормами данного языка. Можно сказать, что это и есть сам гороскопический текст. Наличие данного текста дает основание для второй фазы речевого акта. Следующая – иллокутивная фаза – интересна в нашем аспекте исследуемого текста тем, что она имеет иллокутивную силу высказывания, обусловленную его пропозициональным содержанием. На основе интенсивности проявления иллокутивной силы речевого акта принято выделять следующие типы речевых актов: репрезентативы (ассертивы), директивы, комиссивы, экспрессивы и декларативы (Дж. Серль). Некоторые лингвисты предлагают собственную классификацию [7], однако их рассмотрение нерелевантно применительно к анализу медиагороскопа.

Можно отметить, что иллокутивная сила медиагороскопа вербализуется в форме двух типов актов: ассертива и директива. Ключевым аспектом в медиагороскопе как раз является иллокутивная фаза, которая посредством формы наклонения глагола, интонационного контура, пунктуации и перформативных глаголов реализует функцию убеждения и воздействия на реципиента.

Перлокутивная, заключительная фаза речевого акта, применительно к гороскопам считается условной, поскольку нет возможности оценить реальные последствия высказывания. Формально можно судить об интенсивности иллокутивной силы по количеству реципиентов, которое измеряется статистикой просмотра текста в интернете.

Проведенный нами анализ трехсот гороскопических текстов, полученных методом сплошной выборки, фигурирующих в рамках медиапространства, показал, что иллокутивная сила данных текстов реализуется посредством двух наиболее употребительных типов речевого акта – ассертива и директива в различных его репрезентациях.

Как правило, пропозицией гороскопического текста является ассертив. Он представлен в виде специализированного сообщения или утверждения (по Ю. Д. Апресяну), которое не ограничивается в рамках гороскопического текста лишь глаголами речи. Прогноз априори предполагает, что информация «озвучена» звездами и планетами, поэтому, в силу ограниченности

формата, перформативные глаголы могут быть опущены: Вселенная / гороскоп / звезды / планеты утверждают / обещают / клянутся / объявляют и т. п.: *Сегодня завершится определенный этап Вашей жизни. Сохраняя внутреннее значение речевого действия, автор смещает фокус внимания с перформативного значения на дескриптивное. В данном конкретном примере это осуществляется при помощи актантов. Сравните: Звезды обещают, что сегодня завершится определенный этап Вашей жизни. Звезды обещают завершение определенного этапа Вашей жизни.*

С точки зрения выражаемого содержания прогностические ассертивы, включенные в текст гороскопа, можно по семантическому и коннотативному компоненту подразделить на те, что содержат лишь информацию, и те, что сопровождают информативные суждения оценочностью. Например:

- информативные: *Гороскоп обещает, что одинокий Водолей может повстречать свою судьбу в поездке, необязательно дальней; Сегодня звезды обещают удачный день в финансовом отношении; Звезды утверждают, что ваши усилия сегодня будут непременно вознаграждены; Гороскоп Водолея на январь говорит о напряженном начале месяца и удачном его завершении;*

- оценочные: *Это хорошо, что вы на этой неделе щадите свои нервы; К счастью, Водолею среда обещает прибыль; Странно, но именно зимой у вас появится больше времени; Жаль, но птицу счастья за хвост удастся поймать не всем.*

Если директивы оформлены в большинстве своем предложениями побудительными, то ассертивы имеют характер повествования, очень часто в настоящем времени, что создает эффект большей достоверности и сближает гороскоп с жанром репортажа в публицистике: *В воскресенье Водолею прекрасно удаются организационные вопросы, любой коллектив под его руководством работает (или отдыхает) дружно и без внутренних конфликтов.*

Субъект действия в ассертиве может быть выражен двумя способами. Во-первых, посредством личного местоимения *Вы*, которое усиливает так называемый эффект Барнума-Форера (специализированное сообщение о *Вас* и для *Вас*): *Вы настроены к серьезным отношениям без срока годности; Если вы искали случая продвинуть новую идею, в пятницу самое время; Вы все обдумали накануне, по крайней мере должны были это сделать.* В текстах встречаются и верхний, и нижний регистр данного обращения. Во-вторых, посредством наименования

знака зодиака, который подразумевает обобщенный образ всех его представителей: *Львы нынче найдут повод как следует расстроиться; Водолей посвятит август переосмыслению своей повседневности; В этот день Рак не склонен к компромиссам.*

Грамматические особенности ассертива сводятся не только к тенденции употреблять глаголы в форме настоящего времени, но и к частому использованию *аналитической формы глаголов несовершенного вида* для выражения будущих действий: *Страстные свидания в 2022-м будут сменяться периодами, когда вам захочется покоя наедине с пиццей и вином; Многое будет получаться лучше, чем Вы ожидали; Непросто будет сосредоточиться на делах.*

Также будущее предсказание можно выразить по формуле «будьте готовы + инфинитив»: *будьте готовы встретить новую любовь или установить более глубокую связь со своим партнером; поэтому будьте готовы изменить свою жизнь к лучшему; будьте готовы противостоять натиску любимого человека; будьте готовы к непредвиденным тратам.*

Такие размытые временные рамки ожидаемых событий и будущих действий, вербализованные посредством грамматических категорий, лишают гороскопические тексты темпоральной ограниченности актуальности.

Многочисленны примеры, когда ассертивы в гороскопе создают текстовое единство: *утверждение + объяснение*. Второе реализуется с помощью сложноподчиненных предложений с придаточными следствия, а также в виде бессоюзных сложных предложений, вторая часть которых выполняет аналогичную функцию: *В начале года Венера находится в вашем знаке (утверждение), так что переживать об отношениях вам едва ли придется (объяснение); Лучшим для Водолея вложением сил и энергии станет составление сбалансированного плана питания (утверждение), поэтому включите в рацион больше овощей и фруктов (объяснение); Сегодня звезды обещают удачный день в финансовом отношении (утверждение): Вам, возможно, возвратят старые долги, и ваше материальное положение улучшится (объяснение); Сегодня вашему любимому человеку не придется долго упрашивать вас что-то сделать (утверждение): вы будете сговорчивы и покладисты (объяснение).*

Также частыми атрибутами ассертива являются вводные слова *вероятно, кажется, возможно*: *<...> вероятно, это сильная влюб-*

ленность; <...> кажется, мимолетной влюбленности в 2022 году вам будет недостаточно; Весьма вероятно, что Водолею в понедельник придется отдать долг дружбы; Возможно, для этого Водолею придется съесть целое ведерко мороженого; Возможно, в чем-то ваши родные и правы.

В то же время стоит отметить, что копирайтеры стараются минимизировать языковые средства субъективной модальности при написании гороскопа, поскольку создаваемый ими текст претендует на достоверность в медиапространстве.

Более разнообразными типами в гороскопических текстах может быть репрезентирован речевой директив. Директивные речевые акты, отмеченные в проанализированных текстах, можно подразделить на прескриптивные, побудительные директивы, фразеорефлексы, побуждения с прогнозом, разрешения и суггестивы.

Главным отличием ассертивов от директивов в гороскопе является то, что первый служит указанием на факты и события, а второй – на действия, которые должны быть предприняты / отложены в свете указанных фактов и событий. Сочетание данных структурных компонентов и составляет обобщенную модель гороскопического текста в медиапространстве, или его каркас, который может быть модифицирован с учетом особенностей целевой аудитории его читателей.

Прескриптивные директивы выражаются с помощью глаголов в повелительном наклонении в форме 2 лица множественного числа: *держите самооценку на должном уровне, учитесь принимать комплименты; найдите помощников и быстрее добьётесь результата; в этот день откажитесь от похода в салярий.*

Побудительный вид директивов вербализован также глаголами в форме императива, включает в себя и восклицательные, и невосклицательные предложения: *Прислушайтесь к своим желаниям; Заряжайте своей энергией окружающих, ведь сегодня вы просто сгусток положительных эмоций; Постарайтесь свести до минимума личные контакты.* В отличие от прескриптивов данный вид директива носит менее категоричный характер и в большей степени апеллирует не к разуму реципиента, а к его чувствам.

Определение к третьему типу директивов ввёл в научный оборот В. Г. Гак – фразеорефлексы [8], под которыми он понимал вербальные реакции на типичные ситуации, которые приобретают в языке относительно устойчивый характер. В случае гороскопического текста речь

идет о реакции на ситуацию, описанную в ассертиве. Такие коммуникативные единицы являются фразеологизированными, однако они выполняют не номинативную функцию, а создают модально-коммуникативную рамку высказывания: *Все-таки вы единое целое, не забывайте об этом!; Да здравствует профилактика!; Сдержитесь, и не начинайте разбор полетов; Но кто предупреждён, тот вооружён!; Да, неприятно, а что делать!*

Нужно отметить, что фразеорефлексы в гороскопическом тексте являются не только специфическими коммуникативными единицами, но еще и единицами когнитивного опыта народа, которые вербализуют целые стереотипные ситуации с задаваемыми ими конкретными интенциональными смыслами. Такого рода знакомые речевые шаблоны минимизируют интеллектуальные усилия реципиента в процессе интерпретации самого текста и усиливают положительный эффект от его прочтения.

Кроме того, ввиду частых вставок из пословиц и поговорок реципиенты получают дозу определенного психологического комфорта, что в разы повышает спрос на полосные медиатексты.

В процессе анализа текстов были также отмечены перспективные директивы, которые являются подтипом побуждения. Данную группу можно представить в виде формулы *побуждение + прогноз*, где побуждение – призыв к действию, а прогноз – последствия для читателя. В большинстве случаев текстовая часть прогноза реализуется с помощью придаточного предложения цели, однако можно сказать, что имплицитно можно обнаружить условные и причинно-следственные семантические связи: *Скорректируйте свой рабочий график* (побуждение), *чтобы успевать ходить на свидания в поисках своего единственного или разжигать искру в существующих отношениях* (прогноз = Тогда Вы найдете новые отношения или вдохнете жизнь в старые); *Приложите все усилия* (побуждение), *чтобы наладить личную жизнь*» (прогноз = Тогда Вы наладите личную жизнь).

Также следует описать форму разрешения, которое даётся читателю при благоприятном развитии событий. Отличием данного типа директива от прескриптивного является употребление конкретных глаголов с семантикой разрешения: *разрешите* и *позвольте*. Например: *Разрешите себе устроить сегодня праздник; Позвольте себе отпустить ситуацию и идти дальше*. Кроме того, косвенное разрешение может быть выражено категорией состояния можно: *сегодня можно и расслабиться;*

Львам в среду можно делать все, что они пожелают.

Ещё одним подвидом директивов является суггестив. Под ним в гороскопическом тексте стоит понимать такой вид директива, в котором подразумевается, что говорящий, основываясь на знании ситуации, может каузировать действия предполагаемого адресата. В этой связи чаще всего копирайтер констатирует, чего делать не стоит в данных обстоятельствах. Сравните: *В этот день откажитесь от похода в солярий* (прескриптивный директив) – *Не посещайте в этот день солярий* (суггестив). Во втором варианте величина иллюкативной силы речевого акта очевидно больше, чем в первом.

Суггестив реализуется посредством следующих синтаксических моделей:

- *отрицательная частица не + глагол в повелительном наклонении: не упустите момента; не бойтесь новых людей в вашем окружении; не заводите новые знакомства; не перебивайте начальника; не пренебрегайте сегодня домом; Не подносите сегодня к Деве спички – она огнеопасна.*

- «*вместо того чтобы*» + инфинитив: *Вместо того чтобы спорить с партнёром, постарайтесь его выслушать; Вместо того чтобы жаловаться на сложившиеся обстоятельства, попробуйте найти корень проблемы; Но вместо того чтобы все обдумать, действуйте сердцем.*

Таким образом, можно отметить, что гороскопический текст, представленный в медиапространстве, становится распространенным в силу ряда трансформаций, которые сближают его с жанрами медиакommunikации. Было установлено, что как речевой жанр гороскопический текст строится по определенной модели, структурными компонентами которой являются преимущественно два типа речевых актов – ассертив и директив. Ассертив представлен информативными и оценочными вариантами, которые всегда оформляются в повествовательной форме. Структурно он всегда занимает место перед директивом. Директивный компонент представлен несколькими подтипами, что вполне оправдано, поскольку гороскоп по природе своей должен в первую очередь давать рекомендации по аннигиляции негативных событий в жизни и усилению эффекта от благоприятных последствий собственных действий. Как в ассертиве, так и в директиве можно выделить характерные языковые средства, которые в рамках гороскопического текста могут приобретать новый функциональный потенциал. Проведенный анализ определил дальнейшие перспективы исследования гороско-

пического текста с точки зрения современных подходов к его структурной организации и языковому наполнению.

Список источников

1. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин; [примечания С. С. Аверинцева, С. Г. Бочарова]. 2-е изд. Москва: Искусство, 1986. 444 с.
2. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к анализу языка СМИ. М.: Флинта: Наука, 2008. 263 с.
3. Болдырев Н. Н. Концептуальное пространство когнитивной лингвистики // Вопросы когнитивной лингвистики. 2004. № 1. С.18–36.
4. Вежбицка А. Речевые жанры // Жанры речи. Вып. 1. Саратов: Колледж, 1997. С. 99–111.
5. Гороскоп@ru. URL: <https://www.goroskop.ru> (дата обращения: 16.06.2023).
6. Гороскопы365.ru. URL: <https://goroskop365.ru/> (дата обращения: 17.06.2023).
7. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. Москва: Рефл-бук: Ваклер, 2001. 651 с.
8. Гак В. Г. Фразеорефлексы в этнокультурном аспекте // Филологические науки. 1995. № 4. С. 47–55.

References

1. Bakhtin, M. M. (1986). *Problema rechevykh zhanrov* [The Problem of Speech Genres]. M. M. Bakhtin; primechaniya S. S. Averintseva, S. G. Bocharova. 2-e izd. 444 p. Moscow, Iskusstvo. (In Russian)
2. Dobroslonskaya, T. G. (2008). *Medialingvistika: sistemnyy podkhod k analizu yazyka SMI* [Media Linguistics: A Systemic Approach to the Analysis of the Language of the Media]. T. G. Dobroslonskaya. 263 p. Moscow, Flinta, Nauka. (In Russian)
3. Boldyrev, N. N. (2004). *Kontseptual'noye prostranstvo kognitivnoi lingvistiki* [Conceptual Space of Cognitive Linguistics]. *Voprosy kognitivnoi lingvistiki*, No. 1, pp.18–36. (In Russian)
4. Vezhbtska, A. (1997). *Zhanry rechi* [Speech Genres]. *Zhanry rechi*. Vyp. 1. Pp. 99–111. Saratov, Kolledzh. (In Russian)
5. *Goroskopy@ru*. URL: <https://www.goroskop.ru> (In Russian)
6. *Goroskopy 365*. URL: <https://goroskop365.ru/> (In Russian)
7. Pocheptsov, G. G. (2001). *Teoriya obshcheniya* [Theory of Communication]. Georgiy Pocheptsov. 651 p. Moscow, Refl-kniga, Vakler. (In Russian)
8. Gak, V. G. (1995). *Frazeorefleksiya v etnokul'turnom aspekte* [Phraseoreflexions in the Ethno-Cultural Aspect]. *Filologicheskiye nauki*. No. 4, pp. 47–55. (In Russian)

The article was submitted on 04.07.2023
Поступила в редакцию 04.07.2023

Мубаракшина Анастасия Михайловна,
кандидат филологических наук,
доцент,
Казанский федеральный университет,
420008, Россия, Казань,
Кремлевская, 18.
blondy010888@mail.ru

Mubarakshina Anastasia Mikhailovna,
Ph.D. in Philology,
Associate Professor,
Kazan Federal University,
18 Kremlyovskaya Str.,
Kazan, 420008, Russian Federation.
blondy010888@mail.ru