

**Е.Н. Ежова,**  
Ставропольский государственный университет

### **Мифологические основы образов первостихий в медиа-рекламной картине мира**

**Краткая аннотация.** В работе рассматриваются мифологические основы образов первостихий в медиа-рекламной картине мира, актуализирующих свое архетипическое и символическое содержание. В работе показано, что обращение в рекламе к стихиям воды, огня, земли и воздуха как основам «природности» мира активизирует не только стоящие за этими знаками глубинные смыслы, накопленные культурой, но и создает симулякр утраченной символической соотнесенности с природой, при этом вещь, через возвращение себе «природности», получает положительные коннотации, облагораживается в глазах современного человека. Медиа-рекламная картина мира в целом осмысливается в работе как новое симбиотическое образование, возникающее в результате взаимодействия и сосуществования мира медиа- и мира рекламы.

**Ключевые слова:** медиа-рекламная картина мира, пространственно-временная континуальность, мифологические основы образов первостихий, симулякр природности.

Современное конструирование медийной реальности сегодня невозможно представить без рекламной коммуникации. СМИ и реклама, все более сближаясь между собой и с повседневностью и тем самым обращаясь к жизненному миру, становятся не столько способом отражения реальности, сколько способом ее конструирования, способом философствования и видения. В результате взаимодействия и сосуществования мира медиа- и мира рекламы возникает новое симбиотическое образование – **медиа-рекламная картина мира** (далее **МРКМ**), имеющая собственную семиотико-ментальную субстанциональность. Важнейшим параметром этой картины мира является ее **пространственно-временная континуальность**.

Конструирование образов в МРКМ осуществляется посредством различных по глубине структур сознания – от поверхностных (схем, сценариев,

### Использованная литература:

1. Бодрийяр Ж. Система вещей. Перевод с французского и сопроводительная статья С. Зенкина. – М.: Изд-во «РУДОМИНО», 2001. – 223 с. – С. 68-69
2. Гуссерль Э. Философия как строгая наука: Сборник статей. – Новочеркасск: Агентство Сагуна, 1994. – 358 с. – С. 60-61
3. Лосев А.Ф. Форма – Стиль – Выражение. – М.: Мысль, 1995. – 944 с. – С. 256-257
4. Башляр Г. Предисловие к книге «Воздух и сны», «Поэтика пространства» // Вопросы философии. – 1987. – № 5. – С.109-121. – С. 118
5. А.Ф. Лосев. Философия имени. – М.: Изд-во МГУ, 1990. – 269 с. – С. 105-106
6. Ковриженко М. Креатив в рекламе. – СПб.: Питер, 2004. – 253 с. – С. 107
7. Топоров В.Н. Пространство и текст // Топоров В.Н. Исследования по этимологии и семантике. Т. 1: Теория и некоторые частные ее приложения. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 816 с. – С. 55-119. – С. 59-60
8. Кармалова, Елена Юрьевна. Мифопоэтические и жанровые коды в телекоммуникации: реклама и «развлекательная» тележурналистика. Автореф. дис. д-ра филол. наук по специальности 10.01.10 – журналистика. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет, 2008. – 48 с. – С. 22
9. Топоров, В.Н. Пространство и текст // Топоров В.Н. Исследования по этимологии и семантике. Т. 1: Теория и некоторые частные ее приложения. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 816 с. – С. 55-119. – С. 74
10. Деррида, Ж. Сила и означение // Письмо и различие / Ж. Деррида; пер. Д. Кралечкина. – М.: Академический проект, 2000. – 496 с. – С. 57-58
11. Гваттари, Ф. Что такое философия? (Qu'est-ce que la philosophie?) / Ф. Гваттари, Ж. Делез; пер. с фр. С.Н. Зенкина. – М.: Ин-т эксперим. социологии; СПб.: Алетейя, 1998. – 288 с.
12. Постмодернизм. Энциклопедия. – Мн.: Интерпрессервис; Книжный Дом. 2001. – 1040 с. – С. 854-855
13. Делез, Ж. Логика смысла / Ж. Делез; Фуко, М. Theatrum philosophicum / М. Фуко; пер. с фр. – М.: «Раритет», Екатеринбург: «Деловая книга», 1998. – 474 с. – С. 245

### Сведения об авторе

Ежова Елена Николаевна, кандидат филологических наук, заведующая кафедрой средств массовой информации, доцент (ГОУ ВПО «Ставропольский государственный университет»); 355001, г. Ставрополь, ул. Лесная, 157 / 1, кв.36; д.т. (8652) 94-77-78, м.т. 8(9624)002225; [ezhova\\_elena1970@mail.ru](mailto:ezhova_elena1970@mail.ru)

**Опубл.:** Реклама: технологии воздействия : материалы Всероссийской научно-практической интернет-конференции. – Ставрополь : СГУ, 2010. – URL: <http://conf.stavsu.ru>