

Ю.М.Мазиев, Е.В.Сарафанникова (Воронеж)
МИФОЛОГИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА
В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ

В статье анализируется политический и медийный дискурс на основе понятия мифа.

The article treats political and mass media discourse basing upon the concept of myth.

«... Выходит, что те определяют этих, а эти... Эти определяют тех. Но как же тогда... Подожди... А на что тогда все опирается?»
(В.Пелевин. GENERATION «П»)

Современный лингвистический и коммуникативный анализ оперирует понятием *'дискурс'*. В Советской Энциклопедии 1985 года и более поздних изданиях данный термин трактуется как деятельность рассудочная, понятийная, логическая в противовес бытию чувственному, интуитивному, созерцательному, непосредственному. Не останавливаясь подробно на анализе данного определения, сразу оговоримся, что, по нашему мнению, оно не охватывает всей широты явления. Обозначим принадлежность понятия *дискурс* к территории человеческих способов коммуникации. Чрезвычайно трудно интуитивно ощутить разницу между этими двумя понятиями: коммуникация и *дискурс*, – не говоря уже об универсально приемлемой и однозначно корректной вербальной характеристике их содержания. Каково же наше понимание проблемы?

Рассматривая языковую и, шире, семиотическую деятельность людей в общем контексте того, что принято обозначать слегка официозным термином 'жизнедеятельность', мы не сможем обойтись без экономных средств выражения этой 'глобальности'. 'Дискурс', как и 'коммуникация', является универсальным 'обобщителем'. Поэтому, вместо того, чтобы пытаться шагнуть с обеих ног, незатейливо укажем, что *дискурс* в нашем восприятии – более широкое понятие, чем *коммуникация*, хотя по многим параметрам они демонстрируют дружественное взаимопроникновение. *Дискурс* стремится включить в свое содержание ситуацию, окружающую человека в момент совершения акта общения, и, что особенно важно, настаивает на такой важной ее характеристике как динамическая целостность. *Коммуникация* также стремится не

упускать из виду данные особенности, но вместе с тем уделяет более пристальное внимание аналитически препарированному содержанию процедуры общения: коду, участникам или актантам, модулю, целям и т.п.

Так или иначе, в любом частном случае нам более важно структурировать нашу предметную область, иными словами 'коммуникативное' или 'дискурсивное пространство' (предпочитая то или иное определение согласно акцентам, расставленным выше).

Дискурс – действительность общения. Почему нужно привлекать концепцию мифа к анализу этой действительности? Полагаем, что миф в сознании человека неискушенного ('наивного дискурсанта') принимает форму чего-то 'древнего', сказочного, мало похожего на действительность. Однако, по мнению Р.Барта, миф – это то, что в большой степени определяет эту действительность, как мы ее себе представляем. Чтобы представить действительность, мы говорим: «Нет такого естественного закона, который бы запрещал говорить о вещах». Барт исходит из того, что миф – это тип речи. Типы речи определяются им достаточно широко. К ним Барт относит не только речь как таковую, но и любое символическое 'нечто', несущее какую-либо смысловую нагрузку. Далее у Барта прослеживается четкая логическая цепочка: речь – это наполнение дискурса, основанное на использовании произвольных знаков или символов. Символы и особенно знаки языка – это универсальные способы выражения наших представлений о мире, посредники-конденсаторы или центры, вокруг которых формируются и оформляются эти представления. Барт полагает, что миф как свойство речи возникает в момент, когда наши представления о значении символов смещаются в область, которая больше не может быть описана при помощи логики абстракций, но определяется культурно-личностной традицией. Происходит своего рода раздвоение плана содержания знака, который как бы расширяется, вбирая в себя всю перспективу дискурса во множестве его ссылок (референций).

«Оказалось, что *вечность* существовала до тех пор, пока Тарский искренне в нее верил, и нигде за пределами этой *веры* ее, в сущности, *не было*. Для того чтобы искренне верить в вечность, надо было, чтобы эту веру разделяли другие, – потому что вера,

которую не разделяет никто, называется шизофренией» (В.Пелевин. GENERATION «П»). Читатель спросит, как это вписывается в общую линию рассуждения. Дело в следующем. Как нам представляется, говорить о гениальном писательском провидении было бы общим местом, поэтому просто признаем глубину озарения и проникновения в предмет рассуждений. Важно другое: мастерски описана сущность явления мифа, явления, в котором можно выделить две грани. С одной стороны, миф – нечто символическое и, что важно, абсолютно реальное для человека (*вечность*), но при ближайшем рассмотрении в реальности не находится предмета или явления («...этой веры, ее, в сущности, и *не было*»), которое действительно соответствовало бы этому представлению («... наш ум и мир – это одно и то же»). С другой, – данное нечто, чтобы стать полновесным мифом, должно разделяться большинством общества («... потому что вера, которую не разделяет никто, называется шизофренией»).

Обратимся к вопросу о соотношении понятий *дискурс* и *миф*. Предлагаем исходить из того, что в своей основе любой *дискурс* мифологичен. Мы полагаем, что *миф* принимает на себя основополагающие свойства *дискурса*, а именно, воплощает собой подсознательное стремление человека обобщить свои представления об окружающем мире, сделать его ‘своим’, управляемым, разумным и членимым. Краеугольный момент здесь – построение ‘логичной’ системы представлений на интуитивном основании, которое составляет основу бытового мировоззрения, как оно проявляется в коммуникации. Происходит подмена фактов действительности символами, которые затем переопределяются через другие символы, то есть, возникает параллельный символический мир.

Стремление человека в мир символический, который понимается как рациональный, упорядоченный, имеет своей основой особенности когнитивного устройства психики человека. Практически все современные психолингвистические школы в той или иной мере прибегают к метафоре схемы, фрейма, структуры и т. п., при помощи которой человек ориентируется в окружающем мире. Говоря формально, структура, которая не подвергается рациональному, логическому осознанию и осмыслению и разделяет-

ся большим количеством участников дискурса, может быть определена как *миф*.

Миф способствует поддержанию веры в разумность мира и, на поверхности, является логическим выражением стремления человека в мир 'огражденный'. Но в своем глубинном содержании миф интуитивен и не поддается субъективному логическому описанию. Мир разграничивается человеком таким образом, чтобы любое его явление или ситуация могли быть поляризованы (оценены как 'правильные' или 'неправильные', 'хорошие' или 'плохие', 'наши' или 'не наши' и т.п.). «В средствах массовой информации уже долго муссируется необходимость противопоставления чего-то здорового и национального засилью американской поп-культуры и пещерного либерализма» (В.Пелевин. GENERATION «П»). Таким образом, известный нам мир должен быть понят и 'разделен', интерпретирован и деятельностно ориентирован во круг человека.

Перейдем теперь к анализу *политического дискурса* и покажем, почему, собственно, важно привлекать концепцию мифа к его анализу. Политика основана на отношениях людей и их групп, направляемых коллективными и индивидуальными потребностями. *Политический дискурс* – это и есть вышеуказанные отношения. Важно отметить, что отношения такого рода дискурсивно строятся на основе абстрактных представлений или ценностей, господствующих в данном обществе и обычно группируемых вокруг вербальных понятий (например, *РОДИНА, НАЦИОНАЛЬНОЕ ДОСТОИНСТВО, ПАТРИОТИЗМ, СОЦИАЛЬНАЯ СПРАВЕДЛИВОСТЬ* и т.п.). Толкования данных понятий происходят из исторической перспективы указанных отношений, что предопределяет свободу интерпретации, а, следовательно, и мифологизации. Почему, например, профессор математики, по роду своей деятельности не приемлющий двойственности толкований, приходя домой и включая новости по телевизору, яростно клеймит позором 'демократов', или наоборот, 'консерваторов', мешающих 'разумному', с его точки зрения, переустройству жизни? Дело в том, что в этот самый момент он оказывается вовлеченным в мифологическую реальность – *дискурс*, ориентиры в котором были заданы им самим на протяжении предыдущей жизни – развернутой во времени и простран-

стве символической социализации. И шире, «человек не может без стереотипов, которые помогают ему хоть как-то упорядочить многообразие мира в его представлении» [Викентьев 1995: 41]. Для него необходимо, чтобы эти представления периодически получали подтверждение.

При ближайшем рассмотрении математик, как и все люди, несмотря на 'логичную' профессию (что само по себе – пример мифа), является носителем мегастереотипа, который он назовет 'ЕГО ЖИЗНЬ', как она ему представляется. Мегастереотип мы понимаем в следующем ключе: «Они (стереотипы, прим. авт.) не являются полной картиной мира, но они являются картиной возможного мира, к которой мы адаптированы. В этом мире люди и объекты имеют свои известные места и делают предсказуемые поступки. Мы чувствуем себя здесь дома (*'это наша жизнь'*, прим. авт.). Мы являемся частью этого мира. Мы знаем все вокруг. Здесь мы находим радость от знакомого, нормального, зависимого; дорожки и скамейки находятся там, где мы привыкли их видеть» [Lippmann 1960].

При рассмотрении в терминах дискурсного анализа, современные средства массовой информации обнаруживают ряд интересных особенностей. Возьмем базовые физические понятия пространства и времени и покажем, как наше восприятие свойств реальности, которые мы с ними обычно ассоциируем, уходит из-под сознательного контроля и подталкивает к мифологической стереотипизации наших представлений. Дискурс ситуации происходит в одной точке пространства и определенной временной перспективе. «Современная жизнь носит ускоренный и многофакторный характер, кроме всего прочего и физическое расстояние разделяет людей, которые находятся в контакте друг с другом (...) Нет ни времени, ни возможности для личного знакомства» [Lippmann 1960].

При переносе коммуникации из ситуации 'лицом к лицу' при помощи современных технологий СМИ, и в частности телевидения, в положение, когда она ощущается реальной, непосредственной, но на самом деле не является таковой, возникает интуитивное ощущение, что вы находитесь в одном с другими людьми пространстве и времени, 'здесь и сейчас' («ЗДЕСЬ И СЕЙЧАС» – ана-

литическая программа А.Любимова на ОРТ). «... вся так называемая магия телевидения заключается в психорезонансе, в том, что его одновременно смотрит много народу». Но на самом деле *mass media* исподволь разрушают привычные для нас представления об основах мира, хотя дискурсивно мы продолжаем действовать, исходя из этих представлений. Именно здесь возникает иллюзия, приводящая в результате к тому, что содержание коммуникации опознается как действительное, привязанное к реальности, но парадокс заключается в том, что мы как бы вынесены за рамки дискурса. «Оборотная сторона этого явления (стереотипизации, прим. авт.): человек создает для себя удобную 'псевдореальность', зачастую имеющую мало общего с реальностью подлинной, ибо даже то, что кажется бесспорным фактом, оказывается лишь очередным стереотипом» [Викентьев 1995: 41]. Поскольку ситуация мифологизируется усилиями обеих сторон, отправителя и получателя сообщения, то искажение или 'создание особой псевдореальности' протекает в ходе 'совместных' усилий участников дискурса. Со стороны отправителя это может проявляться в манипуляции или отборе (сознательном или бессознательном) стереотипов, а получатель 'включает' именно те стереотипы, которые для него являются жизненно близкими, актуальными, 'правильными'. Этому способствует сама специфика мифов: отдельно взятое общество в определенный период своего существования оперирует определенным набором мифологических структур ('кристаллизует' общественное мнение). То есть, сами события в исторической перспективе являются фильтром или критерием отбора того или иного стереотипа.

На наш взгляд подходящим примером политического дискурса могут выступать *новостные теле- и радиопрограммы*. При декларируемой задаче информировать, новости, тем не менее, оказывают на слушателя или зрителя в высшей степени комплексное воздействие. Не секрет, что каждая новостная программа имеет сценарий, где новости представлены в определенном порядке. Иными словами, можно посмотреть на нее как на мета-сообщение со своим подтекстом, преследующим утверждение или ниспровержение определенных ценностей, защиту чьих-либо интересов и т.п. Ни для кого не секрет, что телевидение в символи-

ческой форме отражает иерархическую структуру самого общества таким образом, что идеи, подрывающие сложившийся на данном этапе порядок, показаны либо в проблемном ключе, либо вообще игнорируются создателями программ. Например, в западных новостях информация о странах третьего мира, как правило, представлена в 'катастрофическом' ключе – беспорядки, стихийные бедствия, политическая и экономическая нестабильность (глубинный смысл – в противопоставлении всего этого западной стабильности как предмету подражания). С другой стороны, в российских новостях прослеживается все более крепнущая критика негативных сторон западного уклада жизни (например, репортажи о неоднократных случаях насилия среди детей в школах или массовых убийств в различных учреждениях). Особенно хорошо для решения задачи мифологизации приспособлено так называемое 'саммари' (*summary*) – краткое изложение в самом начале программы основного содержания выпуска, которому отводится очень важная функция: привлечь внимание аудитории. Интересно, что многократное повторение таких 'основных тем выпуска' в течение дня приводит к тому, что они настолько прочно фиксируются в наших головах, что мы как бы выключаем сознание (или сознание выключается), и смысл происходящего уже не ощущается так остро (в этом нет необходимости).

Выше мы уже упоминали о том, что наибольшая мифологическая напряженность наблюдается вокруг слов, выражающих центральные для данной политической концепции ценностные понятия. Словарный состав, а именно его свойство классифицироваться по эмоциональной окраске единиц, дает богатые возможности для ненавязчивой поляризации отношения аудитории к излагаемому материалу, что способно привести к непредсказуемо нелогичной интерпретации сообщения. Например, 'контртеррористическая операция' по всем статьям симпатичнее 'боевых действий', а 'американская военная машина' недвусмысленно агрессивнее, а значит и опаснее, чем 'американские вооруженные силы'. Список таких примеров может занять многие страницы.

Обратимся к другому аспекту политического дискурса – *ролевой структуре*. Как известно, общество структурировано иерархично: все его члены принимают на себя определенные ро-

ли, определяемые совокупностью признаков данной формы или стороны общественной жизни вместе с ее участниками согласно общепринятой структурной модели данного общества. Принятие некоторой роли означает необходимость выполнять некий круг обязанностей в ответ на соответствующие ожидания окружающих. Как нам кажется, ни в одном из известных нам источников не упоминается тот факт, что любой оформленной социальной роли должен сопутствовать некоторый набор мифологем, которые либо участвуют в описании этой роли, либо ассоциируются с ее исполнением. Мифологемы такого рода могут наследоваться от вида человеческой деятельности в целом. Например, если вернуться к приводившейся выше иллюстрации, где фигурирует профессор математики, то можно предположить, что в случае его участия в собрании политической партии присутствующие будут обращаться к нему как к источнику абсолютно обоснованных, математически 'правильных' решений проблем, которые изначально находятся совсем в другой плоскости.

Следовательно, можно заключить, что со стороны получателя новостных сообщений присутствуют некоторые смысловые и структурные ожидания, но особенностью данной ситуации является то, что при помощи логики и рассудка мифологические тексты новостей проверить нельзя (ни пространственно, ни по временным характеристикам). Поэтому немедленно включается в работу интуиция: услышанное берется нами на 'веру'. Восприятие новостного сообщения опирается на его узнаваемость, поскольку процесс восприятия является реализацией известной схемы. Можно даже сказать, что мы подгоняем то, что слышим, под определенную схему.

Выводом из нашего изложения может послужить следующее: понятие *дискурса* в сочетании с *мифологической концепцией* оказывается весьма плодотворным при анализе такой стороны общественной жизни как *политика* и *практика СМИ*. Смысловые эффекты, генерируемые любым значимым видом человеческой активности, приводят нас к мысли о необходимости постоянного поиска возможности проникновения в слои происходящего 'на наших глазах', которые могут являть собой разительно отличную от внешних признаков картину. Средства коммуникации ра-

дикально изменили количество, состав и структуру взаимодействия между горизонтами символического мира человека. В этой связи привлечение семиотического и лингвистического инструментария может дать ценные результаты с точки зрения освещения истоков современной цивилизации, анализа ее нынешнего состояния, а также тенденций и перспектив развития. Как было показано в данной работе, с теоретической точки зрения, проявления политического дискурса удобно анализировать в терминах мифа. Поэтому на практике, когда каждый из нас ежедневно подвергается воздействию различных средств массовой информации, знание того, как сообщается то, что нам сообщается (как событие становится новостью) может приблизить нас к комплексному пониманию окружающего мира во всем его многообразии.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и Public Relations. СПб., 1995.
2. Пелевин В.О. Generation «П». Москва, 2000.
3. Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации. Москва, 1998.
4. Советская Энциклопедия, Москва, 1985.
5. Lavers A. From «MYTHOLOGIES» by Roland Barthes. N.Y., 1984.
6. Lippmann W. Public Opinion. N.Y., 1960.

Получено 17.05.2001 Воронежский государственный технический университет