
КАЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ В СОЦИОЛОГИИ

О.А. Воронкова
(Москва)

ДИСКУРС-АНАЛИЗ: РИТОРИЧЕСКИЕ И МЕТАРИТОРИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ КОММУНИКАЦИИ¹

В статье рассматривается ряд важных теоретических подходов к развитию дискурс-анализа как междисциплинарного методологического направления интерпретации социальных и политических коммуникативных процессов. Особое внимание уделяется разделению «риторических» и «метариторических» приемов построения текста, оказывающих далеко не одинаковое влияние на ход коммуникации.

Ключевые слова: дискурс-анализ, дискурсивное поле, идеология, миф, риторика, метариторика, риторическая фигура, рациональный аргумент, политическая карнавализация.

В современной социологии и политологии активно развивается такое междисциплинарное методологическое направление как *дискурс-анализ*, интегрирующее теории и практики анализа текста. Под текстом в классической теории дискурс-анализа понимается символическое выражение социально значимого действия [см. 1; 2]. Понятие текста включает в себя все возможные (речевые, письменные, образные) способы символической фиксации коммуникативных актов, являющихся моментами обсуждения и обоснования

Ольга Алексеевна Воронкова – научный сотрудник сектора изучения элит Института социологии РАН.

¹ Статья подготовлена при содействии Российского гуманитарного научного фонда (грант №05-03-03217а за 2005–2007 гг.).

любых значимых аспектов действий участников коммуникации. Понятие дискурса отражает комплексные процессы реализации коммуникативных актов. Будем исходить из того, что *дискурс* – это коммуникативный процесс, включающий в себя последовательные периоды коллективных обсуждений *социально значимых* вопросов и последующие за ними решения, влияющие на ход социальной практики. Понятие дискурса фокусирует внимание именно на коммуникативной стороне социального взаимодействия – презентации социальной практики. Оно охватывает широкие коммуникативные процессы и этим отличается, например, от понятия дискуссии, ограниченной во времени и пространстве. Дискурс предполагает последовательную цепь дискуссий, включая те, что порождаются последствиями однажды принятых решений, повлиявших на ход дальнейшего развития социальной практики.

Дискурс – коммуникативный процесс столкновения субъективных мнений и позиций, имеющий конечной целью достижение общественного согласия и взаимопонимания. Однако сам процесс практически никогда не представляет собою плавный и бесконфликтный обмен мнениями, а скорее борьбу субъективных претензий на доминирование в споре и вольных или невольных манипуляций мнениями и действиями более слабых участников коммуникации. Презентация любого мнения сопровождается привлечением разного рода способов приукрашивания используемых аргументов – от расстановки вербальных акцентов до использования образных средств, вплоть до театральных эффектов. Сила аргумента часто обеспечивается не столько его рациональной составляющей, сколько качеством *риторической оболочки*, представляющей его. Риторика, понимаемая здесь как способ организации коммуникативных средств, может играть как позитивную роль прояснения аргумента, обеспечения его доходчивости до адресата в целях достижения взаимопонимания, так и противоположную роль затемнения, маскировки истинной сущности аргумента в целях достижения специфической манипулятивной

цели получения субъективной выгоды. Отсюда возникает проблема распознавания глубинных смыслов, скрывающихся за словесной или образной *маскарадизацией*. Задача дискурс-анализа как раз и состоит в выявлении глубинных смыслов социальной коммуникации, обеспечивающих достижение в конечном итоге объективного социального знания. В статье предлагается историко-теоретический экскурс в развитие линии дискурс-анализа, которая направлена на выполнение этой задачи.

Теоретическое наследие

Современные направления дискурс-анализа предлагают различные способы научной интерпретации вырабатываемых социокультурных смыслов. Можно выделить несколько теоретических и практических линий развития дискурс-анализа – от философии языка Л. Витгенштейна и теории речевых актов Дж. Остина и Дж. Серля до концепции «валидных смыслов» Ю. Хабермаса, от структурализма (М. Фуко, Ж. Деррида, Р. Барт) и постструктурализма (Э. Лакло, Ш. Муфф) до политического и критического дискурс-анализа (Т. А. ван Дейк, К. Кэмпбелл, Н. Фэркло) и др¹.

Мы не рассматриваем концепции классического структурализма и постструктурализма, исходящие из признания господства лингвистических структур над социальной практикой и уделяем внимание философско-лингвистическим концепциям, пытающимся определить как раз характер связей и отношений между языком и практическим действием.

Философско-лингвистическая концепция дискурс-анализа наиболее полно представлена в работах Ю. Хабермаса. Он развивает линию, идущую от позднего Л. Витгенштейна до Дж. Остина и Дж. Серля, т.е. от анализа формальной семантики предложения

¹ Подробнее о структуралистском и критическом направлениях дискурс-анализа см., например, в работе Л. Филипс, М. Йоргенсен [1].

(структуры лингвистического выражения) до анализа речевого акта, понимаемого как момент взаимодействия языка и практического действия. Работы Л. Витгенштейна положили начало анализу отношений между синтаксическим предложением и практическим действием, между «миром» как «целокупностью фактов» и «языком» как «способом обозначения» факта [3, с. 8–15]. Л. Витгенштейн изучал различные способы использования утвердительных предложений. Однако его анализ всегда оставался в формально-семантических рамках. Его интересовала прежде всего «сущность языка», его «функции и структура» [3, с. 123].

Теория речевых актов Дж. Остина и Дж. Серля стала первым шагом на пути к анализу «рационально мотивированной связующей общество силы языка» [4, с. 278]. Эта теория, хотя и разработанная в формально-прагматических терминах, оказалась полезной для теории коммуникативного действия Ю. Хабермаса, так как на ее основе удалось показать, как речевой акт берет на себя функцию координации действия и вносит вклад в построение *взаимодействия*. Дж. Остин подразделил речевое действие на *локутивные, иллюкутивные и перлокутивные* акты. Под *локутивным* актом он подразумевал содержание предложения: участник коммуникации выражает состояние факта. Через *иллокутивный* акт он представляет действие, определяет способ выражения содержания – утверждение, обещание, команда и т.д. Наконец, через *перлокутивный* акт адресант производит эффект на адресата. Дж. Серль попытался конкретизировать классификацию Дж. Остина, введя целевой аспект и детализировав способ подачи предложения. Он подразделил способы подачи на *утвердительные (констативные), комиссивные (согласительные), директивные, декларативные и экспрессивные* [4, с. 320].

Через выражение *содержания*, обеспечение способа его *адресации* и произведение *эффекта* на адресата происходит «акт коммуникации» и взаимодействие субъектов. Однако анализ «акта коммуникации» у Дж. Остина и Дж. Серля, по мнению Ю. Хаберма-

са, тоже остается формальным, как и у Л. Витгенштейна, потому что он отрывается от контекста социального действия. Дж. Остин и Дж. Серль не рассматривают речевые акты как координирующие механизмы для последующих действий. Поэтому Ю. Хабермас предлагает не путать «акт коммуникации» с «коммуникативным действием». *Коммуникативным действием* Ю. Хабермас считает те лингвистические опосредованные взаимодействия, в которых участники наделяют определенным *социальным значением* речевые акты, преследуя социальные цели достижения взаимопонимания (и только эти цели).

Деление актов на *иллокутивные* и *перлокутивные* помогает Ю. Хабермасу различить «действие, ориентированное на понимание» и «действие, ориентированное на успех». Первое он считает коммуникативным действием, второе – лингвистически опосредованным стратегическим действием, т.е. таким, в котором «по меньшей мере один из участников желает произвести *перлокутивный эффект* (другими словами, *сверхэффект*) на оппонента» [4, с. 295] с целью достижения большей цели, чем простое разъяснение аргумента. Стратегическое действие, в свою очередь, подразделяется на скрытое и открытое. В случае скрытой стратегии мы имеем дело с неосознанным обманом оппонента, в случае открытой стратегии это манипуляция – попытка сознательного управления его поведением в том русле, в каком это необходимо агенту коммуникации. И это уже случай «искаженной коммуникации». Но далее Ю. Хабермаса не интересуют случаи «искаженной коммуникации» и манипуляции как следствие произведения *сверхэффекта*. Для его модели «идеальной речевой ситуации» наиболее ценным является анализ *иллокутивных* актов, а именно, спектра *иллокутивных* сил, которые модифицируют аргументы (*validity claims*) таким образом, что они вызывают адекватную ответную реакцию в споре, нацеленном на постижение истины. Прагматическими индикаторами *иллокутивных* сил он называет степень институциональной зависимости рече-

вого акта, ориентацию на прошлое или будущее, тематический фокус и т.д. В таком «идеальном коммуникативном акте» взвешивается сила аргумента и уравнивается баланс сил [4, с. 326–327].

Ту же линию дискурс-анализа, а именно качественного различения степеней значимости утверждений и, далее, уровней риторического воздействия, т.е. «способа выражения» рациональной сущности и «способа произведения сверхэффекта», развивает «французская школа», представленная М. Фуко и, в особенности, Р. Бартом. Теоретический подход этой школы отличается от вышеизложенного не только терминологией, но и тем, что анализ производится не на уровне умозрительных конструкций «идеального коммуникативного акта», как у Ю. Хабермаса, а фокусируется в реальное социальное пространство, где постоянно происходит борьба мнений, позиций, идей или, более комплексно, идеологий.

М. Фуко, исследуя *дискурсивные формации*, т.е. способы восприятия, классификации, распределения знания в социальном пространстве, считал, что любое разграничение нормы-патологии, истины-лжи зависит от распределения «*символической собственности*» или иначе – от возможностей различных социальных групп высказываться о чем-то. Эти возможности высказаться сосредоточены в «очагах власти», которые определяют границы между «значимым» и «незначимым». Власть, по М. Фуко, никогда не есть только подавление: различные типы власти порождают саму реальность, объекты познания и «ритуалы» их постижения. Типы соотношения власти-знания исторически различны. Современная «диспозиция» власти-знания не есть привилегия одного лица, как в монархиях, не имеет центра, не является привилегией государства. Отношения власти-знания лежат в основе всякой теории и всякой практики, т.е. всего, что воспринимается и осознано в определенный исторический период. Они пронизывают всю общественную структуру, учебные заведения и военные казармы, учреждения здравоохранения и семью [5; 6; 7].

Вслед за М. Фуко Р. Барт называл всю социальную деятельность социально-идеологической, так как в ее процессе человек наделяет предметный мир определенными значениями. Его семиология была призвана стать наукой об идеологиях в широком смысле, т.е. наукой, изучающей сам процесс *означивания*. В основе семиологической теории Р. Барта [8] лежит отношение между *означающим* и *означаемым*. Это отношение определяется не простой констатацией факта, что означающее выражает означаемое, а корреляцией, их объединяющей. Результатом такой корреляции является *знак* как индикатор образовавшегося смысла. Однако смысл не рождается каждый раз заново. В обычной языковой практике человек пользуется словами, оборотами, фразами и даже жанрами, которые уже есть в «системе языка». Все единицы и дискурсивные комплексы языковой системы прошли через множество употреблений в различных смысловых контекстах, оставивших на них свои отпечатки. Слова и фразы помимо своего предметного значения наделяются множеством идеологических коннотаций, приобретаемых в контекстах их употреблений.

Р. Барт использовал возможности семиологии прежде всего для разоблачения доминантных идеологических языков, или *мифов* как носителей «ложного сознания», ложного потому, что навязываемого всему обществу наиболее влиятельными группами в целях манипуляции общественным сознанием. Он следует марксистской мысли, что борьба против «ложного сознания» должна заключаться в том, чтобы показать, как оно формируется, «объяснить» его, поскольку «объяснить» значит разоблачить его и лишить силы мифологического влияния. Тем самым, Р. Барт стремился раскрыть «социологические» механизмы различных видов идеологического «письма», показать их историческую детерминированность и соответственно обезоружить, что вполне согласуется с задачами современного дискурс-анализа.

Анализируя господствующую идеологию, или «буржуазные мифы», Р. Барт приводит свои наблюдения по поводу основных

«риторических фигур», обеспечивающих официальную репрезентацию идеологии (мифа). Под риторикой Р. Барт собственно и понимает «совокупность застывших, упорядоченных и устойчивых фигур, которые обуславливают разнообразие *означающих* мифа» [8, с. 25]. «Эти фигуры, – говорит он, – легко приспособляются к исторической репрезентации внешнего мира» [8, с. 26]. С помощью «риторических фигур» «мифы дают общую перспективу псевдофизиса (полное запрещение человеку творить себя)» [8, с. 28], определяющего характер современной ему идеологической доминанты. Среди «риторических фигур» Р. Барт выделяет, например, такие:

Прививка. Намеренно декларируются второстепенные недостатки какого-либо института, чтобы тем самым замаскировать основной порок. Происходит «иммунизация коллективного сознания» – основной порок просто не замечается. Тем самым, предотвращается любая критическая по отношению к существующим порядкам деятельность.

Лишение истории. Предмет, о котором повествуется, лишается историчности. «История в мифе испаряется, играя роль некоей идеальной прислуги: она все заранее приготавливает, приносит, раскладывает и тихо исчезает, когда приходит хозяин, которому остается лишь наслаждаться, не спрашивая, откуда взялась вся эта красота» [8, с. 26]. Эта удачная «риторическая фигура», по мнению Р. Барта, помогает избавиться как от детерминизма, так и от свободы: «ничто не производится и ничто не выбирается; остается лишь обладать этими новенькими вещами, в которых нет ни малейшего следа их происхождения или отбора. Это чудесное испарение истории есть одна из форм концепта, общего всем “буржуазным мифам”, – концепта “безответственность человека”» [там же].

Отожествление. В повседневном ходе жизни человек мыслит привычными типическими категориями. Типизируя все окружающие его явления и предметы, обычному человеку легче

понимать и ориентироваться в мире. При возникновении чего-то или кого-то нового обыденному сознанию необходимо втиснуть это новое в привычные типы, иначе создается угроза стабильному существованию. Если новое не поддается типизации, его относят к категории экзотики. Тогда новое становится всего лишь зрелищем, «его отодвигают на периферию человечества, и он уже не может представлять опасности для нашего домашнего очага» [8, с. 26].

Тавтология. Это такой оборот речи, когда нечто объясняется через то же самое («Театр – это театр»). При этом достигается тот эффект, что спрашивающий уже не требует дальнейших разъяснений и вынужден довольствоваться хоть и непонятным, но существующим фактом. Тавтология используется при нехватке языковых средств. Тавтология «уничтожает рациональность, поскольку не может с ней справиться» [8, с. 27]. Прием тавтологии «отбрасывает» живой язык, потому что говорящий не умеет им пользоваться. Но всякий отказ от языка, говорит Р. Барт, это смерть. Тавтология создает мертвый, неподвижный язык.

Нинизм. Этим словом Р. Барт обозначает «риторическую фигуру», которая заключается в том, чтобы, сопоставив две противоположности и уравновесив их, отвергнуть затем и ту и другую. Эта фигура используется тогда, когда выбор затруднен и легче отказаться вообще от какого-либо решения.

Квантификация качества. Эта фигура содержится во всех предыдущих фигурах. «Сводя всякое качество к количеству, миф экономит на умственных усилиях, и осмысливание реальности обходится дешевле» [там же].

Констатация факта. Это афористический прием оформления основных ценностей, когда они объявляются универсальными, нерушимыми, при этом не дается каких-либо объяснений, почему это собственно так.

Р. Барт призывает четко различать *живой язык* и *метаязык*. Первый является составной частью практического освоения

внешнего мира как объекта. Используемый народом язык представляет собою активное слово. Когда крестьянин произносит «сегодня хорошая погода», то его утверждение сохраняет реальную связь с полезностью хорошей погоды. Сельский житель не просто болтает о хорошей погоде, а имеет с ней дело, использует ее в своем труде. С течением времени формулировки живого языка застывают, сводятся к обычной констатации фактов. Афоризмы уже принадлежат к *метаязыку*, т.е. «вторичному определению уже готовых понятий» [8, с. 28]. Тогда констатация фактов направлена не на производство социальной практики, а, наоборот, «она должна скрывать уже сотворенный мир, прятать следы его творения под вневременной маской очевидности» [там же]. Метаязык безапелляционен в силу своей невосприимчивости к рациональным аргументам. Это застывшая формула, которая уже не способна адекватно отражать реальность.

Этим, считает Р. Барт, не исчерпывается разнообразие «риторических фигур». Могут существовать и другие их типы; одни фигуры изнашиваются, другие нарождаются. Риторика как средство оформления и донесения мысли легко трансформируется в *метариторику* – средство фабрикация мифа с целью манипуляции общественным сознанием. Цель официальных мифов – это обездвижение мира, лишение его живого и постоянно изменчивого содержания. Мифы призваны давать внушительную картину раз и навсегда установленного порядка. Официальные мифы отсылают человека к «неподвижному прототипу, который не позволяет ему жить своей жизнью, не дает свободно вздохнуть, словно паразит, засевший внутри организма, и очерчивает деятельности человека тесные пределы, где ему дозволено мучиться, не пытаясь хоть как-то изменить мир» [8, с. 29]. Однако какими бы незыблемыми ни казались мифы, люди должны сопротивляться омертвлению языка и пытаться изменить мир – таков вывод Р. Барта. Используя терминологию Р. Барта, мы могли бы сказать, что задачей дискурс-анализа является разоблачение *мифов*.

Р. Барт рассматривает преимущественно устоявшиеся «риторические фигуры», которые господствующие слои общества используют для сохранения неизменным существующего порядка вещей, выгодного этим слоям. М. Бахтин, в рамках своей философии культуры, предлагает к рассмотрению «антиофициальные» «риторические фигуры» – «карнавализацию» и «маскарадизацию». Они возникли как обрядово-зрелищные формы средневековой жизни, намеренно противопоставляемые официальным культурным формам и церемониалам. Однако М. Бахтин считает возможным применить понятие «карнализации» и к явлениям культуры Нового времени¹.

Суть карнавала, или театрализованного празднества несмотря на внешнее сходство с театральным искусством вовсе не в отражении реальной жизни. Карнавальная культура находится на границах искусства и самой жизни. В сущности, это – сама жизнь, но оформленная особым игровым образом. Карнавал – это как бы вторая жизнь народа, жизнь иронии, смеха, пародии над закончившимися официальными устоями. Карнавал – это праздничная жизнь. Празднество М. Бахтин считает очень важной первичной формой человеческой культуры, которую нельзя объяснить ссылками на практические условия и цели общественного труда или вывести из физиологической потребности в отдыхе (такое объяснение М. Бахтин считает еще более вульгарным). Акт празднества имеет глубокое смысловое, мирозерцательное содержание. Никакой отдых или передышка в труде, говорит М. Бахтин, сами по себе не являются празднеством. Чтобы стать праздничными, к ним «должно присоединиться что-то из иной сферы бытия, из сферы духовно-идеологической. Они должны получить санкцию не из мира средств и необходимых условий, а из мира высших

¹ Исследовательские подходы к изучению языка Р. Барта и М. Бахтина вполне сопоставимы, хотя и нельзя говорить о какой-либо преемственности или прямом влиянии.

целей человеческого существования, то есть из мира идеалов» [9, с. 7]. Без этого не может быть подлинной праздничности.

Празднества на всех этапах своего исторического развития связаны с кризисными моментами в жизни общества, моментами смены и обновления. Именно момент обновления составляет природу празднества. Официальные ритуалы освящают, санкционируют и закрепляют существующий строй, они утверждают стабильность и неизменность признанного порядка: сословной иерархии и соответствующих ей ценностей и норм. Официальный праздник всегда был торжеством господствующей правды, вечной и непререкаемой, поэтому и тон официального праздника мог быть только монолитно серьезным – «смех и ирония оскорбительны его природе» [там же]. В противовес официальному празднику карнавал знаменовал временное освобождение от господствующей «правды» и несправедливых, с точки зрения притесняемого народа, порядков, временную отмену всех иерархических отношений, сословных привилегий и запретов. Карнавал – это народный праздник смен и обновлений, смеховой протест против всякой формализации и застоя. Карнавал – это праздник, устремленный в будущее.

Важное значение на время карнавала имеет отмена всех иерархических отношений. Если на официальных праздниках они подчеркнута демонстрируются, то на карнавале все считаются равными. На карнавальном площади господствует особая форма вольного фамильярного контакта между людьми, разделенными в обычной жизни жесткими барьерами сословного, имущественного, полового или возрастного положения. При этом все формы и символы карнавального языка пронизаны пафосом смен и обновлений, осознанием относительности господствующей «правды». Для карнавальных символов характерна «логика “наоборот”», логика непрерывных перемещений верха и низа (“колесо”), лица и зада» [9, с. 8]. Здесь царят различные виды пародий и перевоплощений, розыгрышей, профанаций, шутовских увенчаний и развенчаний. Мотив маски очень важен в карнавале. Это, говорит М. Бахтин,

«сложнейший и многозначнейший мотив народной культуры». Маска – символ относительности, отрицания тождества и однозначности, «тупого совпадения с самим собой» [9, с. 8]. В маске ярко раскрывается сущность смеха, пародии, гротеска. Маска воплощает игровое начало жизни, связанное с переходами, метаморфозами, нарушениями естественных границ, с осмеянием, с прозвищем (вместо имени); в основе маски лежит особое взаимоотношение реальности и символического образа.

В карнавале сама жизнь разыгрывает другую, свободную форму своего осуществления, свое возрождение и обновление на лучших началах. Реальная форма жизни является здесь одновременно и ее возрожденной идеальной формой. Вторая жизнь народной культуры строится как пародия на рутинную повседневную жизнь, как «мир наизнанку». Человек как бы перерождается для обновленных, более справедливых отношений. Сословное отчуждение временно исчезает. Человек становится самим собой, равным другим людям. Такая подлинная человечность отношений, замечает М. Бахтин, здесь не только предмет воображения или абстрактной мысли, а момент реальной, хотя и временной, жизни. Идеально-утопическое становится на время реальностью и создает особое карнавальное мироощущение. Но карнавальная смех, подчеркивает М. Бахтин, не просто отрицает господствующую «правду». Голое отрицание вообще не свойственно народной культуре. Отрицая, карнавал одновременно возрождает и обновляет общечеловеческие ценности [9, с. 9].

Карнавальная культура, таким образом, восстанавливает собственными символическими средствами социальный баланс, утраченный при утверждении официальных символических форм презентации истины. Карнавал – это антиофициальная культура, противовес официальной риторике, которая в своем внутреннем логическом развитии в определенный момент отрывается от реальности и начинает искажать и подавлять свободное развитие социальной практики. Карнавал в описании М. Бахтина – это

культура восстановления здравого смысла в искаженном официальной идеологией символическом пространстве.

Современный дискурс-анализ

Несмотря на различие терминологий, обусловленных различием социально-исторических контекстов, в которых создавались вышеизложенные теории, все они так или иначе репрезентируют суть методологического подхода, на котором строится одна из ветвей современного дискурс-анализа. Современная коммуникация представляет собою далеко не хаотичный, а, напротив, довольно отчетливо структурированный процесс, в котором основную роль играют «очаги власти» (М. Фуко), распределяющие «знания» в социальном пространстве и наделяющие «значимостью» имеющиеся и вновь возникающие коммуникативные средства. Коммуникация представляет собою скорее не свободный дискурс, не сдерживаемый никакими силовыми или доминантно-идеологическими рамками, а постоянную борьбу «идеологий», т.е. «комплексов идей». В современном социальном дискурсе работают не только «лучшие рациональные аргументы» (Ю. Хабермас), а часто риторические и метариторические формы, в которые облекаются идеи, претендующие на то, чтобы, во-первых, быть услышанными в многоголосом хоре других «комплексов идей», а, во-вторых, получить как можно более решающее влияние на ход социальной практики. Это влияние достижимо только при умелом (компетентном) использовании риторических способов оформления «комплексов идей» с целью наделения их не просто достаточной степенью ясности и понятности для адресата, но и силой убеждения в их необходимости, истинности и значимости. При этом создаются и используются целые наборы риторических инструментариев – понятий и вербальных конструкций, имеющих узкоспециализированное значение. В результате общесоциальное коммуникативно-языковое пространство делится на множество *дискурсивных полей* –

относительно изолированных друг от друга областей коммуникации, каждая из которых оперирует своей тематикой, жанром, понятийным аппаратом, часто доступным для понимания только посвященным и возможным для использования только компетентными участниками.

В процессе развития риторической составляющей какого-либо утверждения грань между *эффектом* (результатом стратегии, ориентированной на взаимопонимание) и *сверхэффектом* (результатом стратегии навязывания) стирается очень быстро. *Риторика*, часто незаметно для обеих сторон коммуникативного акта, трансформируется в *метариторику* – застывшую форму, которая применяется уже не столько для прояснения какого-либо момента рациональной ситуации, сколько для маскировки истинных интересов и целей участника коммуникации, далеко не всегда совпадающих с целями достижения социального согласия. В этом случае участник коммуникативного акта черпает убеждающий потенциал уже не из сути рационального аргумента, а просто использует в субъективных целях форму, однажды созданную для организации рационального аргумента и оказавшуюся успешной в деле убеждения. Но на этапе вторичного использования эта форма уже отрывается от прежнего рационального или ценностного содержания и применяется к совершенно другой, изменившейся практической ситуации, логически требующей собственного адекватного оформления, но в манипулятивных целях маскируемой чуждой риторикой (или метариторикой). На этом этапе «комплексы идей» или *идеологии* теряют свое рационально-практическое основание и превращаются в *мифы*, т.е. в инструменты манипуляции сознанием других участников коммуникации, целью которых является не прояснение аргумента, а, напротив, затуманивание его сущности и представление его в совершенно другом свете, выгодном его производителю или проводнику.

В современном коммуникативном процессе момент выработки стратегий манипулирования адресатом становится все более и

более осознанным и тщательно подготавливаемым. Отсюда – возникновение целой области профессиональной деятельности – работы PR-стратегий, открыто и явно нацеленной на изобретение новых способов убеждения и навязывания определенного *социального продукта* (физического или ментального). Вербальных средств убеждения часто оказывается недостаточно. Социально-коммуникативные средства становятся вербально-образными – широко используются зрелищные эффекты. Театрализованные представления давно вышли за рамки не только собственно театральных подмостков, но и за рамки дискурсивного поля искусства. Но если вербально-образные *эффекты* остаются атрибутом дискурсивного поля культуры и образования (сферы ценностей), то *сверхэффекты* становятся неотъемлемым атрибутом сферы маркетинга, политики и идеологии, которая на данном этапе общественного развития все менее отличима от мифа. Маркетинг служит новой формой мифологии потребительского общества.

Специфика современного социального дискурса состоит в том, что способы убеждения и достижения искомого результата становятся все более тонкими и изощренными. Так, например, чтобы реализовать продукт, специалисты по маркетингу стремятся не только привлечь к нему внимание потребителей с помощью яркой упаковки, помещения продукта на наиболее приметное для глаз место и т.д., но организуют целые представления (шоу), конкурсы и розыгрыши непосредственно в супермаркетах, вовлекая покупателей в «празднество» потребления и вызывая сверхжелания иметь то, что вовсе не нужно. В то же время изощренность маркетинговой методики направлена на то, чтобы нивелировать ощущение навязывания продукта, которое обычно довольно быстро и легко распознается потребителем. Смягчаются интонации презентации: повелительные призывы «купи!» сменяются предложениями «попробуй!». Однако для маркетинга совершенно не важно за счет чего достигаются приятные ощущения: вкусовые, осязательные и т.д. Рациональная сторона вопроса: такие атри-

буты как фактическая полезность или хотя бы безвредность продукта, как правило, не входит в круг маркетинговых забот.

Ни один из социальных уровней не свободен от собственных тенденций систематического искажения коммуникации. И социальная, и политическая сферы вырабатывают все более изощренные приемы манипуляции общественным сознанием.

Область применения понятий «риторическая фигура», «карнавализация» значительно расширилась в условиях быстрой смены политических позиций, далеко не всегда имеющей рациональное обоснование. Социальный и политический дискурс часто переводится на метариторический уровень с целью произведения сверхэффекта на аудиторию. Особенностью современной коммуникации вообще, и политической в частности, является нежелание слушать и слышать оппонента, обусловленное стремлением сохранить власть любыми средствами. Современная дискурсивная ситуация далека от «идеально-типической» не в меньшей степени, чем в средневековье. Более того, способы продвижения субъективных позиций становятся все более и более изощренными вплоть до многократной маскировки и перемаскировки аргумента, так что разобраться в истинной его сущности бывает чрезвычайно сложно. Под символическими оболочками «истинности» – «истинной свободы», «истинной справедливости» в современном политическом мире не найдешь самой истины. Понятие, или *знак* «истины» стал одним из способов маскировки самого содержания намерений того, кто его использует. И часто довольно трудно различить, где «лицо», а где «маска».

Такие понятийные конструкции, как «свобода», «истинные ценности», «справедливость», используемые прежде в целях разоблачения манипулятивных идеологий, на первый взгляд парадоксально, а на самом деле вполне закономерно, оказываются не более чем новым и более мощным механизмом манипуляции общественным сознанием в интересах определенных социально-политических сил. На взгляд социолога, в отличие от взгляда обывателя, процесс видится закономерным, потому что он подчинен

логике развития любой идеологии как способа символического оформления «генерализованных» (обобщенных) мыслительных конструкций. Любая символическая конструкция, оставаясь неизменной в условиях постоянно меняющейся реальности, рано или поздно начинает работать против нее, меняя свою роль с мобилизующей на тормозящую и даже разрушающую реальность. Если идеология оказывается эффективной достаточно долгий период, то это происходит благодаря не «вечной истинности» ее положений, а созданию ее интерпретаторами (прежде всего, критическим обществом) дискурсивного поля, на котором ее основные положения могут пересматриваться и изменяться вслед за развитием практики. Но на практике «главные идеологи», преследуя собственные интересы расширения масштабов власти, как раз стремятся разрушить дискурсивное поле, на котором власть активно критикуется, предпочитая идеологическими лозунгами манипулировать общественным сознанием. И здесь дискурс-анализ может оказать существенную помощь критическому обществу в фиксировании, определении и разоблачении манипулятивных установок.

Политика часто не находит рациональных средств реагирования на общественную критику, используя старые и новые риторические и метариторические средства убеждения. В качестве такого метариторического средства на постсоветском пространстве начала 90-х гг. явились попытки реидеологизации, т.е. простого заимствования сложившегося на одном геополитическом поле «комплекса идей» и механического перенесения его вместе с соответствующей символикой на «чужое» поле. При таком некритическом перенесении попутно отметаются рационально-символические конструкции внутреннего социокультурного пространства, складывающиеся на протяжении собственной истории. Реидеологизация сопровождается рядом сопутствующих метариторических приемов, одним из которых, в противовес бартовскому «лишению истории», явилась, например, такая «риторическая фигура», как *«очищение истории»* от ее реального содержания, при

которой фактическое содержание истории активно затушевывается заинтересованными политическими силами. Так, например, в 90-х гг. было немало попыток обратиться назад в дореволюционное монархическое прошлое с целью его «приукрашивания» и «облагораживания» с помощью «сверхэффектов», как, например, освящения останков последнего российского монарха. В отсутствие идеологии, основанной на реальных практических ценностях, используются все возможные риторические и метариторические средства: от попыток восстановления старых – монархических, религиозных и т.п. символов до изобретения новых сверхэффектов.

Прием «маскарадизации» и «карнавализации» оказался довольно актуальным в современных условиях крайнего переизбытка политических сил, претендующих на господствующие позиции в обществе, и недостатка рациональных доводов, подкрепленных реальными практическими успехами улучшения качества жизни. Но, в отличие от средневековой, современная «карнавализация» – это не только выход негативных народных эмоций по поводу неудачных реформ правящих кругов и реставрация «здорового смысла», но и специфический способ собственно политического убеждения. Когда исчерпаны или не действуют вследствие коммуникативной некомпетентности или невосприимчивости аудитории рациональные средства, в ход идут «сверхэффекты», достигаемые с помощью политического маскарада. Влияние на аудиторию завоевывается образно-зрелищными мероприятиями типа «цветных революций», как, например, «оранжевой» или «революции роз». «Цветные революции» XXI в. явились одновременно и общественным протестом, обращенным прежней власти, неспособной провести реальные реформы, и попытками новых политических сил подчинить реформаторское движение заимствованной идеологии – «чуждому» для данного геополитического пространства «комплексу идей». Видимо, поэтому они не приносят обществу ни справедливости, ни свободы.

«Цветные революции», возбуждая чувственную сторону человеческой природы, жаждущей, как в карнавале, хоть на корот-

кое время погружения в иллюзорную будущность лучшей жизни, ярко свидетельствуют как о богатстве и неисчерпаемости народной энергии, фантазии и талантов, так и о неразвитости социально-политического дискурсивного пространства, отсутствии коммуникативной компетентности и политической культуры.

Как же в условиях тотального производства сверхэффектов достигается объективная истина и социальное согласие? И достигается ли вообще?

Современная дискурсивная ситуация, насыщенная сверхэффектами, требует необходимости изыскания новых рациональных средств массового убеждения, которые могут быть выработаны лишь на основе развития внутреннего и внешнего экономико-практического и культурного взаимодействия развивающихся обществ. Вряд ли можно согласиться с мыслью, господствующей в литературе о современных «гуманитарных технологиях», что «влиять на траекторию развития общества... довольно просто. Вы можете сделать с обществом все, что угодно, можете поставить над ним любой эксперимент» [10]. В пример как раз приводится «оранжевая революция» на Украине: «Сделали быстро, денег затратили немного, результат получили стопроцентный» [10]. Украинские события весны 2007 г. показывают, что результат «технологий производства демократических революций» далеко не стопроцентный. И не может быть стопроцентным, так как на любую технологию манипулирования рано или поздно находится альтернатива.

Социальная практика как критерий истины не утратила потенциала сдерживания метариторических натисков и выправления дискурсивных перекосов. На любой самый изощренный способ «промывания мозгов» рано или поздно находится противовес в виде критических разоблачений. Так, в ответ на назойливую рекламу одна за другой возникают антирекламные акции, направленные на разоблачение разного рода обмана. Например, в таких ТВ-программах, как «Народный контроль» или «Контрольная закупка», скрупулезно проверяются истинные качества предлагае-

мых продуктов и услуг и «выводятся на чистую воду» недобросовестные производители, скрывающие фактический состав продукта. На законодательном уровне вырабатываются механизмы защиты потребителей от нерадивых продавцов – «Закон защиты прав потребителя» и указы, регламентирующие количество часов, выделяемых на рекламу, и качество передаваемой в ней информации, в частности, законодательно вытесняется из эфира пропаганда алкогольной и табачной продукции и т.д.

Альтернативы рождаются и «сверху» – на уровне верховной власти (законодательные акты), и «снизу» – на уровне живой социальной практики (протестное движение). Критические импульсы пронизывают социально-политическое пространство не только сверху вниз и снизу вверх, но и в горизонтальном измерении – внутри различных пластов социальной структуры. Альтернативы могут выступать в виде рационального аргумента, выдвинутого в ответ на попытку манипуляции, или рождаться при столкновении двух и более манипулятивных векторов равной силы. Тогда мы имеем явление, которое А. Гидденс назвал «взаимопогашением манипулятивных установок» [11, с. 4].

Рационализация коммуникации и действия может быть в разном образном контексте и при любых обстоятельствах, но всегда при «взаимодействии», в процессе которого происходит оценка событий различными общественными силами. В процессе взаимодействия вырабатываются социальные ценности и нормы как результат достижения общественного согласия, которые и служат фактической границей на пути продвижения манипулятивных установок. Социальная норма, не навязанная откуда-то «сверху» или «извне», а выработанная на собственном дискурсивном поле, – это тот предел, за которым уже невозможно отделение дискурсивного объяснения агентом своего действия от истинных причин действия, которые проявляются сами собой в процессе реального поведения. Социальная норма – это та граница, за которой любая попытка выдать фальшивую презентацию за реаль-

ность уже не воспринимается убедительной и обречена на поражение. Для того чтобы сложилось дискурсивное поле, на котором могли бы обсуждаться принципы построения такого общественного устройства и которое соответствовало бы потребностям и интересам самого общества, а не абстрактным метариторическим формулам, требуется достаточно значительный исторический период времени. Выработка социальных ценностей и норм – процесс долгий и непростой, возможный только при условии «свободы» от революций и наличия социально-политической стабильности, которая, как хочется надеяться, наступила на российском геополитическом пространстве после череды разного рода манипулятивных натисков. Современная ситуация в России видится как никогда более благоприятной для развития социально-политического дискурсивного поля, выработки социальных ценностей и норм и поиска общественного согласия.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Филипс Л., Йоргенсен М.* Дискурс-анализ: Теория и метод / Пер. с англ. Харьков: Изд-во «Гуманитарный центр», 2004.
2. *Ricoeur P.* The Model of the Text: Meaningful Action Considered as a Text // Social Research. 1971. Vol. 38. Is. 3. P. 73–101.
3. *Витгенштейн Л.* Философские работы / Пер. с нем. М.: Гнозис, 1994. Ч. 1.
4. *Habermas J.* The Theory of Communicative Action. Vol.1: Reason and the Rationalisation of Society. Cambridge: Polity Press, 1991.
5. *Фуко М.* Слова и вещи / Пер. с фр. М.: Прогресс, 1977.
6. *Foucault M.* The Archeology of Knowledge and the Discourse of Language. London: Routledge, 1972.
7. *Foucault M.* Power/Knowledge. N.Y.: Pantheon Books, 1980.
8. *Барт Р.* Миф сегодня: Избранные работы / Пер. с фр. М.: Прогресс, 1994.
9. *Бахтин М.* Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и ренессанса. М.: Художественная литература, 1990.
10. <http://offline.computerra.ru/2005/607/>
11. *Giddens A.* The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration. Cambridge: Polity Press; Berkeley: University of California Press, 1984.