

УДК 316.77

## К методу выявления дискурсивных практик идеологии в текстах массовой коммуникации



### **Шайхитдинова С.К.**

Доктор философских наук,  
профессор кафедры национальных и глобальных медиа  
Казанского (Приволжского) федерального университета

*Автор публикации утверждает, что индивидуализация коммуникации в новых медиа отложила свой отпечаток на распространение идеологических посылов. Если в линейных институциональных СМИ стратегии пропаганды идеологического содержания достаточно прозрачны, то в текстах, которые формируются по образцу повседневных посланий в социальных сетях и мобильных приложений, коды идеологии распознать сложнее. По мысли автора, ключевыми признаками в дискурс-анализе такого рода текстов выступают смысловые бинарные оппозиции и характер субъекта высказывания. На примере собственной практики анализа текстов массовой коммуникации автор раскрывает методы работы эксперта-текстолога по этой теме.*

*Ключевые слова: идеология, тексты массовой коммуникации, бинарные оппозиции, субъект высказывания, дискурсивные практики, метод выявления*

Замечено, что связанные с очередным технологическим скачком структурно-процессуальные изменения в социальных коммуникациях сопровождаются в гуманитарных науках дискуссиями о понятиях, об уместности их использования в тех или иных контекстах. Несколько лет назад, когда СМИ на информационном рынке вынуждены были потесниться под напором бурно развивающихся социальных сетей и мобильных приложений, то здесь, то там возникали, помнится, вопросы о том, а не завершился ли век «массы», не пришли ли ей на смену участники индивидуализированных коммуникаций? Последние, если и мыслят себя частью сообществ, то не таких усредняющих, как «масса». Но вот траектория общественного развития произвела очередной виток, и перед теми, кто хоть сколько-нибудь интересовался этой темой, возникли неопровержимые факты новой информационной реальности: «старые медиа» потеснились, да, но «масса» никуда не делась – большая ее часть переместилась в интернет, в приложения в смартфонах. И она, как и прежде, в особенности в периоды общественных перемен, жаждет, чтобы с ней разговаривали языком идеологий. Спрос рождает предложение.

Правда, форма идеологических посылов в современных мультимедийных текстах стала несколько иной. Если вчера социальные структуры для распространения доминирующих идеологий представляли собой вполне прозрачные по своей функциональной заданности институты («система образования, масс-медиа, семья» и т.п.), то сегодня потребители смыслов имеют дело с сочетанием самых разных коммуникационных линий. Нет стабильного идеологического профиля и у «легитимных площадок», таких, как СМИ. В целом можно сказать, что технологическая индивидуализация информационного потребления выступила одной из основных социальных причин, которые привели к тому, что идеологии как системы идей смягчили свою доктринальность, приблизились по своему информационному облику к несколько хаотизированным мировоззренческим конструктам. Конечно, из этого не следует, что идеология «в узком смысле слова» ушла с актуальной социальной арены на ее периферию, – узконаправленные в политическом смысле идеологические учения продуцируются в различных регионах планеты и сегодня. Но мы имеем в виду способы распространения и содержательный характер та-

ких идеологических идей, которые рассчитаны на эффективное потребление у неполитизированных пользователей новых медиа в ходе их рутинной повседневности.

Исследование воздействия действующих идеологий на членов общества в процессе их повседневной жизни тесно связано с анализом дискурсивных практик в рамках «герменевтического поворота» в социологии культуры. Обратимся к осуществленному Андреем Тузиковым обзору позиций на этом направлении теоретиков французской мысли, явившихся основоположниками данного подхода [1, с. 142-175].

Мишель Фуко, неохотно использовавший термин «идеология», тем не менее внес вклад в разрешение связанной с традиционным ее пониманием проблемы истинности/ложности, введя в оборот по отношению к социальному знанию концепт «режим истины». Истина в исследованиях Фуко предстает в виде результата сложных взаимодействий между социальными институтами. При этом она провоцирует и конституирует субъектов. Мишель Пеше, опираясь на достижения структурализма в анализе языковых конструкций, попытался разработать экспериментальную процедуру взаимодействия идеологии и дискурса. В качестве важнейших компонентов «идеологических формаций» он предложил считать «дискурсивные формации», которые дают нам понять, что может и должно быть сказано в определенной позиции и в рамках определенной социальной структуры. Отсюда следует, что смысл любого высказывания не является чем-то стабильным – он производится в процессе коммуникации. При переходе из одной дискурсивной формации в другую понятие может поменять свой смысл. В этой связи Зеллинг Харрис указывал на необходимость рассматривать смысл высказывания за пределами предложения. В отличие от него Пеше предложил не ограничиваться лингвистическими конструкциями самого текста, а в качестве фундаментального принципа принять необходимость анализа «дискурсивного корпуса», который должен помочь опереться на глубинный фундамент дискурса – производственные отношения, которые Пеше считал единственной стабильной основой в мире «скользящих» смыслов.

В заданном контексте, по свидетельству А. Тузикова, обращались к терминам «идеология», «дискурс» и русские мыслители [1]. Валентин Волошин считал дискурс идеологичным в том плане, что он возникает между социально организованными индивидами и не поддается пониманию вне контекста породившей его общественной ситуации. На это указывал и Михаил Бахтин. Современные эмпирические исследования в заданном русле проводятся учеными Уральского университета [2-3].

Таким образом, анализ идеологических посылов в современных медиатекстах – это всегда дискурс-

анализ, который не ограничен сугубо языковыми конструкциями. Эмпирические примеры возьмем из собственного опыта работы в роли привлекаемого эксперта-текстолога Общественной коллегии по жалобам на прессу [4]. Отправной точкой в определении смыслов оспоренных речевых высказываний выступают для нас профессионально-этические нормы журналистской деятельности. Указание на то, что нормы – этические по существу – являются также и профессиональными, указывает не только на сферу их применения, но и на технологические правила текстообразования. В жанры журналистики как таковые не заложен идеологический формат: журналистика, если она втягивается в идеологический дискурс, меняет внутренние правила, которые, согласно функции данного института деятельности, призваны служить объективирующему освещению действительности.

Понятно, что в реальности массовая аудитория получает из информационных источников синкретичные по своему назначению тексты, в которых соотношение «журналистики» и «идеологии» во многом зависит от тематического направления. Попросту говоря, чем ближе к политике, тем больше идеологии. В «чистом виде» идеологические тексты предстают как пропагандистские продукты, которые выполняются медиатеологами с помощью характерных для этого рода деятельности коммуникативных стратегий. Но такого рода медиатексты пользователями не оспариваются. Жалобы в Общественную коллегию поступают, как правило, на те речевые высказывания, которые не оправдывают надежды аудитории на взвешенный подход к какой-либо теме, напрямую не связанной с политикой. В этом случае идеологический посыл в оспоренной публикации обнаруживает себя в тенденциозности автора, в нарушении им таких профессионально-этических норм, которые требуют беспристрастности, правдивости, честности по отношению к герою (героям) материала.

В структуре текста нормативные нарушения этого ряда проявляют себя в прослеживаемой по ходу всего повествования двоичной системе координат. Поступки и характеристики героя вписываются в оценки «свой – чужой», «наш – не наш». Персонаж, который оценивается как «не наш», испытывает при этом высокий риск репутационных потерь. Его как бы вычеркивают из актуальной среды. И восстановить свое реноме на той же публичной площадке «не нашему» не представляется возможным, поскольку речь идет не о характеризующих его фактах, а об оценках, которые, как известно, публично оспорить невозможно – возврат к теме только усилит ее послылы.

Для примера приведем телевизионный репортаж Ольги Курлаевой «Деньги в клетке», вышедший в феврале 2020 г. на телеканале «Россия-24».

Главный персонаж данного материала Олег Зубков, создатель известного крымского парка животных «Тайган», в угоду тенденциозной концепции автора представлен исключительно как делец, извлекающий из своих животных прибыль и не гнушающийся никакими средствами для достижения этой цели, вплоть до подвергания опасности посетителей парка и своего персонала. В материале осуществлена подтасовка фактов, не представлена точка зрения защитников Зубкова, а их – целое движение, – использованы манипулятивные методы воздействия на аудиторию. Вместо общественно значимой темы приумножения и распространения опыта содержания такого масштабного частного зоопарка, как «Тайган», зрителю в течение 48 минут представляется скандальная история с криминальным уклоном, в которой людям угрожают звери, а зверям – люди [5]. За кадром остались мотивы конфликта между инициативным руководителем парка и крымскими властями, которые в духе пережитого Россией в 90-е гг. постсоветского времени сражаются с процветающим на их территории и без их контроля предпринимательством.

Бинарное продвижение идеологических концептов «наших» и «не наших» особенно отчетливо проявилось в ставших предметом жалобы публикациях о «пятой колонне» [6, с. 100-147]. Согласно К. Душенко, о врагах «внешних» и «внутренних» говорил еще Демосфен, но «пятой колонной» «внутренних врагов» стали называть лишь в XX в. Популярности способствовала пьеса Хэмингуэя «Пятая колонна» о республиканской контрразведке в Мадриде. В России этот термин стал набирать силу после интервью заместителя главы администрации Президента РФ Владислава Суркова в 2004 г., когда он назвал Россию осажденной крепостью, заявив, что в «осажденной стране возникла пятая колонна левых и правых радикалов». Результатом стала книга Валерия Шамбарова о «пятой колонне» на Руси от древности до наших дней [7].

Здесь уместно указать на то, что двоичная система координат характерна в том числе и для пронизанной архетипическими образами мифологической основы человеческой культуры. В качестве главной универсалии общественной организации представлял дуальные структуры Вяч. Иванов. Он указывал на главенство идеи симметрии двух половин, передающейся на все культурные сферы и отраженной в языках [8]. Думается, что к этой же теме может быть отнесена дихотомия добра и зла. Вот почему устойчивая, как и полагается для основной программы, бинарная структура идеологических посылов «естественным образом» встраивается в культурные и моральные представления массового человека: по дуальному принципу организованы базовые матрицы мировосприятия индивидуального сознания. Это и выступает объединяющей основой для формирова-

ния общностей любого рода, начиная с локальных идеологических групп, кончая массой. В этом же, думается, заключены и риски незаметных переходов идей, воплощающих путь личного мировосприятия, в идеи идеологические. Примером могут послужить факты из истории религий, когда свобода совести отдельных верующих становилась добычей «политтехнологов», формирующих политическое движение религиозного реформаторства и устраивающих с их помощью дворцовые перевороты.

В текстах «старых медиа», прежде всего СМИ, обеспечивающих линейную (одностороннюю) связь с массовой аудиторией, бинарные оппозиции идеологии формируются по производственному принципу, как и положено для легитимных институтов-фабрик агитации и пропаганды. В медиатекстах новых медиа, встроенных в индивидуальное общение, непросто определить, какие бинарные оппозиции относятся к культурным мифам, какие – к моральным представлениям, а какие – к идеологическим убеждениям. Эта задача затруднена не только небольшим объемом новоявленных коммуникативных сообщений, их синкретичностью и прагматичной привязкой к ситуации. Она затруднена еще и тем, что в новых медиа, в отличие от СМИ, нет текстологического канона, обеспечивающего цельность произведения. Общение на новоявленных медиаплощадках может быть представлено как неоформленный «поток сознания». В таком случае эксперту-текстологу необходимы дополнительные параметры дискурса-анализа. К ведущим в этом ряду относится такой параметр, как характер субъекта речевого высказывания.

Мифологические и моральные представления человека, с нашей точки зрения, необходимо отнести к признакам его индивидуализации. Тогда как идеологические представления определяют соотношение личности с некой идеологической общностью, которая и выступает субъектом высказывания, а личность при этом становится ее агентом. В качестве примера обратимся к информационному спору по жалобе на сюжет под рубрикой «Реакция» с Виктором Татаровым на телеканале «Санкт-Петербург» [9, с. 133-140]. Передо мной как экспертом был поставлен вопрос, есть ли в данном пятиминутном сюжете нарушение профессиональной этики журналиста в отношении участников фестиваля сексуальных меньшинств КвирФест. Заявители, в частности, указывали в жалобе на разжигание социальной розни, вмешательство в частную жизнь.

По факту использования Татаровым инвективной лексики в отношении сексуальных меньшинств нами было отмечено, что журналист злоупотребил правом, продекларированным в Кодексе профессиональной этики российского журналиста о том, что журналист в своей профессиональной деятельности не обязан быть нейтральным [10]. Было отмечено,

что одной из особенностей российского общества является репрессивность установок его членов по отношению к девиантам, и причины этого надо искать не только в советском прошлом, но и в политике конструирования образа «чужих» на телевидении [11, с. 203-211]. Между тем динамика общественной стратификации, круг проблем, с которыми сталкиваются различные социальные группы, – все это требует способности рядовых граждан к диалогу, к умению если не выстраивать, то понимать, каковы должны быть приоритеты для сохранения баланса общественных интересов.

Вопрос, имело ли место вмешательство журналиста в частную жизнь героев телевизионного сюжета, обращает нас к необходимости определения, представляет ли информация о КвирФесте сугубо личные сведения, как утверждали заявители, или нет. Речь шла, в частности, о фотоснимках молодых людей в кругу своих друзей на различных творческих тусовках – они обменивались этими фотографиями на площадках фестиваля. При подготовке экспертного мнения мною были найдены эти снимки в пабликах КвирФеста в социальных сетях. Я обратила внимание, что проект представляет собой разветвленную сеть виртуальных и реальных площадок в центре Санкт-Петербурга. К этому надо добавить, что уже сам фестиваль представляет собой средство массовой коммуникации, ориентированное на неограниченное привлечение под его влияние аудитории, прежде всего молодежной. Таким образом был определен коллективный характер субъекта – это средства массовой коммуникации. В соответствии с этим, был сделан вывод о том, что в данном информационном конфликте задействованы интересы, представленные двумя средствами массовой коммуникации, а не интересы конкретных лиц. С одной – телеканал «Санкт-Петербург», выражающий интересы консервативного большинства среди горожан. С другой стороны, – КвирФест, учредительство и финансирование которого не афишируется, но при этом он являет собой мегапроект, инвестиции в который позволяли ежегодно арендовать площадки мегаполиса для своих мероприятий, приглашать на них государственных политиков, послов скандинавских стран и другие медийные лица, иметь комплекс пабликов в популярных социальных сетях и содержать профессионально выполненный сайт. То есть данный информационный спор являет собой одно из выражений борьбы интересов коллективных субъектов, в которой некая субкультура меньшинства путем создания антагонистического идеологического дискурса стремится вытеснить на периферию ценности, которыми живет большинство.

Поскольку идеология претендует на мировоззренческую полноту, один из способов ее утверждения – распространение частного признака на целое, наименование случайной предметной совокупности

терминами, заключающими в себе объединительную концептуальную схему. Так, заявители указывали в своей жалобе, что в оспоренном ими телесюжете умаляются честь и достоинство «ЛГБТ-граждан», «ЛГБТ-подростков», «ЛГБТ-родителей». Уже в самом обозначении членов сообщества этими терминами кроется указание на идеологический статус их представительства. Подключение слова «граждане» к аббревиатуре с их поименованием свидетельствует о притязаниях на то, чтобы присутствовать в общественной повестке дня, а не занимать локальное место среди других субкультур. В один смысловой ряд заявителями были включены «ЛГБТ-граждане», «гомосексуальные люди», «граждане России» и «русскоязычные граждане Украины».

Этот пример иллюстрирует также один из способов рекрутирования индивидов в идеологические ряды, о чем со ссылкой на Альтюссера говорит М. Назаров. Речь идет об «интерпелляции» – «окликивании», назывании субъекта. Таким образом, индивид оказывается причастным к некоему состоянию принадлежности определенным ценностям [12, с. 55]. Таким образом обеспечивается его идентификация. А это, как известно, важный пункт в поисках человеком своей социально-психологической стабильности, в особенности среди молодежи.

Примером из этого же ряда выступает, на наш взгляд, осуществлявшаяся в западных странах конца 90-х гг. привязка философского концепта эпохи постмодерна «Другой» к конкретным субкультурам. Таким образом, фактически производилось поименование тех же «ЛГБТ-граждан», придание философского звучания их социальному статусу.

Другим словом, иллюстрирующим движение от общегуманитарных смыслов к идеологическим, стал термин «толерантность». Усиление в постсоветской России ксенофобии и расизма в 90-е гг. стимулировало формирование дискурса толерантности сначала в научном сообществе, а затем – в публичном пространстве, и далее – в сфере политики. Эмпирические исследования *ин/толерантности* социального взаимодействия начали стимулироваться различными грантовыми конкурсами, одним из инициаторов которых стало Министерство образования РФ. В Казани рабочая группа социологов и теоретиков журналистики включилась в международный проект по разработке методики выявления интолерантных текстов массовой информации в региональных СМИ. Если о надсубъектной власти «языка вражды» было собрано немало эмпирических доказательств, то о толерантности принято было говорить больше в социально-психологическом ключе – как о межиндивидуальной терпимости, готовности понять и принять «Другого». Однако анализ медиатекстов доказал необходимость обращения к определению характера субъектов высказывания. Введение данного критерия привело к необходимости не ограни-

чиваться позицией отдельных авторов, обратиться к информационной политике изданий в целом. Мною было предложено в связи с этим рассматривать «толерантность/интолерантность» в качестве парных идеологических концептов. С учетом этого положения были выделены единицы текстового анализа, применение которых доказало в то время свою эффективность [11, с. 228-260].

Отдельная тема – как воспринимает идеологическое содержание аудитория. Для экспертной работы это важно в связи с тем, что текстопорождение осуществляется с учетом данного фактора. В нашей публикации ограничимся отсылкой к Жижек, который с опорой на Лакана раскрывает механизм формирования идеологического видения у воспринимающего. Само идеологическое пространство содержит несопряженные, несвязанные элементы – «плавающие означающие», буквальное значение которых зависит от их метафорического «прибавочного значения». Его «пристегивание» должно сыграть роль «узловой точки». В этом случае происходит тотализация этого свободного течения универсалий, его остановка, фиксация, то есть превращение в часть упорядоченной системы значений.

К примеру, в цепочку «свобода», «государство», «справедливость», «мир» включается некое господствующее означающее – «коммунизм», которое ретроактивно придает этим словам «коммунистическое» значение. Тогда оказывается, что действительная «свобода» возможна только при условии преодоления формальной природы буржуазной свободы, которая на самом деле представляет собой одну из форм порабощения; «государство» оказывается основанием господства правящего класса; рыночный обмен не может быть «справедливым и равным» и так далее.

Элемент, репрезентирующий инстанцию чистого означающего в поле значения (в данном случае «коммунизм» – *С.Ш.*) воспринимается как точка, в которой значение достигает своей максимальной насыщенности, как точка, придающая цельность всему идеологическому полю. И это при том, что само оно совершенно бестелесно. Его значение «имманентно акту его провозглашения», и это «воспринимается как некий трансцендентный гарант». В связи с этим Жижек указывает, что собственно идеологическое измерение состоит в эффекте определенного искажения перспективы. Однако в этом и заключается его привлекательность для индивида: фантазматическая конструкция служит опорой для открывающейся перед нами действительности. Идеологическая иллюзия структурирует наши реальные общественные отношения и маскирует не поддающуюся символизации невыносимую сущность бытия [13, с. 28, 45, 51, 52].

### Литература:

1. Тузиков А.Р. Идеология в теоретическом измерении: между прошлым и будущим. – М.: Изд-во «Социально-гуманитарные знания», 2005. – 359 с.
2. Дискурсивные практики СМИ: проблемы информационной безопасности / Под общ. ред. Э.В.Чепкиной. – Екатеринбург: Изд-во Урал.ун-та, 2009. – 308 с.
3. Проблемы конструирования идентичности россиян в дискурсе СМИ под влиянием концепта «информационная война». – Екатеринбург: УрГУ, 2018. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36292137> (дата обращения: 14.11.2022).
4. Общественная коллегия по жалобам на прессу. – URL: <https://presscouncil.ru/> (дата обращения: 14.11.2022).
5. Шайхитдинова С.К. Мнение эксперта о специальном репортаже «Деньги в клетке» (телеканал «Россия 24»). – URL: <https://presscouncil.ru/praktika/zhaloby-kollegii/rassmotrennye-zhaloby/6221-zhaloba-na-film-dengi-v-kletke-telekanala-rossiya-24?start=3> (дата обращения: 14.11.2022).
6. Шайхитдинова С.К. Поле СМИ и «неусвоенное наследство». – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2021. – 234 с.
7. Душенко К.В. Пятая колонна // Культурология: Дайджест / РАН. ИНИОН. Центр гуманист. науч.-информ. исслед. – 2018. – № 2. – С. 93-97. – URL: [http://inion.ru/site/assets/files/4188/2018\\_kulturologiia\\_2.pdf](http://inion.ru/site/assets/files/4188/2018_kulturologiia_2.pdf) (дата обращения: 28.11.2022).
8. Иванов В.В. Дуальные структуры в антропологии: курс лекций. – М.: РГУУ, 2008. – 332 с.
9. Настольная книга по медийному саморегулированию. Вып. 5. – М.: Творческий центр ЮНЕСКО, 2015. – 320 с.
10. Кодекс профессиональной этики российского журналиста. – URL: <https://presscouncil.ru/teoriya-i-praktika> (дата обращения: 28.11.2022).
11. Другой в пространстве коммуникации. Сб. науч. статей / Сост. и ред. С.К. Шайхитдинова. – Казань: Казанский гос. ун-т, 2007. – 264 с.
12. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество: Введение в теорию и исследования. – М.: «Аванти Плюс», 2004. – 428 с.
13. Жижек С. Возвышенный Объект Идеологии. – URL: [http://yanko.lib.ru/books/philosoph/jijek-vozv\\_o\\_ideologii-8l.pdf](http://yanko.lib.ru/books/philosoph/jijek-vozv_o_ideologii-8l.pdf) (дата обращения: 28.11.2022).

**On the Method of Identifying Discursive Practices of Ideology  
in Mass Communication Texts**

***Shaykhitdinova S.K.  
Kazan (Volga Region) Federal University***

*The author of the publication claims that the individualization of communication in new media has left its imprint on the spread of ideological messages. If the strategies of propaganda of ideological content are sufficiently transparent in linear institutional media, then it is more difficult to recognize ideology codes in texts that are formed on the model of everyday messages in social networks and mobile applications. According to the author, the key features in the discourse analysis of such texts are semantic binary oppositions and the nature of the subject of the utterance. Using the example of his own practice of analyzing mass communication texts, the author reveals the methods of work of an expert textologist on this topic.*

*Key words: ideology, texts of mass communication, binary oppositions, subject of utterance, discursive practices, method of identification*

