

## ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СМИ КАК ВТОРИЧНОГО ИНСТРУМЕНТА ДИСКУРСА ВЛАСТИ: СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ

И.И. Чумак-Жунь

*В статье рассматривается деятельность СМИ как вторичного инструмента дискурса власти в аспекте формирования идеологической картины мира. Как мощное орудие формирования мировоззрения представлен поэтический дискурс.*

Ключевые слова: *мировоззрение, дискурс власти, средства массовой информации, поэтический дискурс.*

## ACTIVITY OF MEDIA AS SECONDARY TOOL OF THE DISCOURSE OF THE POWER: STRATEGY AND TACTICS

I.I. Chumak-Zhun

*In article is considered activity of media as secondary tool of a discourse of the power in aspect of formation of an ideological picture of the world. The poetic discourse is presented as the powerful tool of formation of outlook.*

Keywords: *outlook, discourse of the power, mass media, poetic discourse.*

Оппозиция *свой/чужой*, лежащая в основе любого мировоззрения, является базовой для дискурса власти: выразители «правильных» (идеологически выверенных) концептуальных смыслов автоматически относятся к *своим*, остальные – к *чужим*. Важно отметить, что этот парный идеологический концепт (*свой/чужой*), с одной стороны, формируется дискурсом власти как эталон поведения коммуникативной личности, а с другой – как объект оценки (*свой* – хорошо, *чужой* – плохо). Соответственно, задачи, которые выполняют СМИ как вторичный инструмент дискурса власти, определяются политическими сверхзадачами, такими, как 1) формирование идеологической картины мира (при этом *свой* – эталон поведения) или 2) нейтрализация чуждого воздействия со стороны или борьба с инакомыслием (*чужой* – плохо).

Место языковой личности на шкале *свой/чужой* определяет отношение к доминантным социоконцептам «Религия», «Мораль», «Власть» и к реляционному концепту «Родина». Дискурс власти создаёт коммуникативно-когнитивный портрет «своего», который должен являться образцом для каждого гражданина.

При **формировании коммуникативной личности** как обобщенного носителя культурно языковых и коммуникативно-деятельностных ценностей, знаний, установок и поведенческих реакций дискурс власти осуществляет осознанный выбор механизмов воздействия речи и использует определенные языковые средства, что позволяет говорить о символической политике, под которой понимается «особый род политической коммуникации, нацеленной не на рациональное осмысление, а на внушение устойчивых смыслов посредством инсценирования визуальных эффектов» [Поцелуев 1999: 62]. Символическая политика – «деятельность политических акторов, направленная на

производство и продвижение/навязывание определённых способов интерпретации социальной реальности в качестве доминирующих» [Малинова 2011: 106]. И здесь как мощный инструмент формирования мировоззрения выступают органы СМИ.

### **Формирование коммуникативно-когнитивного портрета *своего Адресата***

Политическая коммуникация не только передает информацию, но и оказывает эмоциональное воздействие, преобразуя существующую в сознании человека политическую картину мира (см. об этом Чумак-Жунь, 2009) – этому способствует монополизация права публичного выступления с целью навязывания собственной картины мира. В рамках этой задачи реализуется важнейшая инструментальная функция языка политики – функция мобилизации [Шейгал 2000: 49-50], то есть активизации или организации сторонников. Особенно важна в данном случае мобилизация сторонников из детской и молодежной среды. Именно этот слой общества, который 1) имеет гибкое сознание; 2) исполнен природной энергией, характерной возрасту; 3) переходит от свойства быть объектом социализации к свойству быть субъектом социальной деятельности, способен стать апологетом навязываемой идеологической картины мира.

### ***Инструменты***

Оптимальным способом передачи идеологически ценностной информации служат тексты, в первую очередь, тексты СМИ, вовлекающие адресата в такого рода когнитивную деятельность, которая имеет дело с осмыслением человеческого опыта, зафиксированного в описаниях объективной реальности, и способствующего созданию новых возможностей познания этой реальности [Кубрякова 2001: 81]. Тексты СМИ – источники значимой для индивида информации о природной и социальной реальности, на основе которой он принимает жизненно важные решения. «Газеты, журналы, кинофильмы, радио и телевидение – все они могут одновременно передать одно и то же сообщение миллионам людей. Таким образом, они стали основными орудиями массификации в индустриальных обществах» [Тоффлер 2003: 423]. Наиболее наглядное представление о действии власти по привлечению сторонников дает история детских советских журналов. Именно в советское время, когда дискурс власти не скрывает намерения формировать мировоззрение человека нового (советского) типа, эффективно влиять на развитие личности будущих строителей общества социальной справедливости, и определяется основная задача публицистики – стать рупором партии и её ценностей. Пионерские журналы в СССР находятся под патронатом ЦК ВЛКСМ и Центрального совета Всесоюзной пионерской организации им. В. И. Ленина. Несмотря на то, журналы начала советской эры носят ярко выраженный публицистический характер (на страницах пионерских журналов выступают, например, Н.К. Крупская, М. И. Калинин, А.В. Луначарский и др.), к публикациям активно привлекаются также лучшие детские писатели. В детских произведениях происходит пересечение дискурсивных пространств – поли-

тического и художественного. Эту ситуацию точно иллюстрирует цитата Е.И. Шейгал: «Основной функцией собственно художественного дискурса является самовыражение, однако в тех областях художественного дискурса, которые соприкасаются с полем политики, в той или иной степени присутствует и социальный заказ» [Шейгал 2000: 42]. Целью политического дискурса, по Е.И. Шейгал, также является и формирование ценностной картины мира адресата с направленным использованием художественных произведений, никак не связанных с политикой.

Особое место в формировании идеологической картины мира занимают поэтические тексты, которые, как известно, обладают большой воздействующей силой, так как языковая энергия преобразуется в них в текстовую (поэтическую). Включаясь в этнокультурную реальность, в мир межличностных связей, поэтический текст как уникальная функционально-эстетическая система воздействует на читателя, стимулируя в нем соответствующие эмоции, иногда частично преобразуя существующую в его сознании картину мира. Создавая «возможные миры», художественный дискурс «открывает» читателю возможность общения в ином измерении. Познавая многомерность реального мира, читатель преодолевает его пространственно-временные рамки, погружаясь в один из «возможных миров». Активное мысленное взаимодействие с ним, рефлексия над прочитанным ведут к открытиям и откровениям, расширяющим ментальное пространство за счет проникновения «чужих» концептов и образов. Если реальное общение и образование последовательно формируют личность, то воображаемое общение может многое изменить в сознании мгновенно, как результат озарения – такова сила образа, логика фантазии. Здесь смысл бытия обретается не в результате долгих поисков, а преподносится как дар – готовая мудрость жизни. Как рефлексивная монологическая речь поэтический дискурс является стимулом для активации и развития какого-либо элемента системы базовых ценностей.

Детские политизированные СМИ в начале XX века («Пионерская правда», «Пионер», «Костер») активно эксплуатируют поэтическое творчество для формирования идеологической картины мира. В них печатаются самые известные и любимые писатели Советского Союза. Стоит подчеркнуть, что традиционно основным концептом политической концептосферы, который организуется и контролируется в коммуникативном сознании политическим дискурсом, является концепт «Власть». Поэтические тексты способствуют начальному формированию базового идеологического концепта «Родина», смыслы которого на тот исторический момент (впрочем, как и всегда) должны были совпадать со смыслами концепта «Власть», по крайней мере, во внешних, образных проявлениях.

### ***Формы воздействия***

Е.С. Шейгал определяет формы, посредством которых осуществляется функция активизации и организации сторонников – 1) прямое обращение (лозунги, прокламации, призывы), 2) создание необходимых эмоций (среди

которых любовь, гордость, страх, ненависть, враждебность) и 3) речевые акты, замещающие действия [Шейгал 2000: 49-50].

В поэтических текстах, рассчитанных на юного читателя, как атрибуты *своего, нашего* представлены символы власти.

Показательно в этом отношении творчество Сергея Михалкова – чуткого уловителя вибраций коллективного бессознательного, который активно публиковал стихи в детской прессе XX века. Яркий и типичный пример активизации сторонников из среды молодежи – его стихотворение (поэма) «Разговор с сыном».

Здесь используется и прямое обращение (*Мой сын! Послушай мой рассказ О нашей Родине, о нас*), которое «задает тон» доминирующему в тексте перволичному дейксису (наглядно «нагнетание» личных местоимений представлено в следующем фрагменте – *Все то, что грезится другим, У нас в стране сбилось, И это нам с тобой самим Увидеть довелось. Ты посмотри по сторонам. Все это – наше, это – нам: И горы, и луга... На сотни верст – леса, поля, И все – народная земля, Где ни ступи нога!*), элементы символические (*О тех, кто много лет назад, Подняв Москву и Петроград, Под красным знаменем в бою Свободу отстоял свою*) и прямо оценочные (*И отдал молодость борьбе, Чтоб хорошо жилось тебе!*).

Несомненно, для формирования романтического юношеского сознания особенно важна символическая, героическая атрибутика. Показательно, что ни один из символов Родины-Власти в этой поэме не остался «вне поля зрения» С. Михалкова. Здесь используются номинации символов-артефактов – *красная звезда, ленинское (красное) знамя (Не забывай, что ты рожден, Товарищ молодой, Под сенью ленинских знамен, Под красною звездой)*, символических ценностей – *Смольный, Кремль, Красная площадь, Артек, Красная Армия (Смотри, выходит из ворот Московского Кремля, По Красной площади идет Знакомая моя)*, символических личностей – *Великий Ленин (Великий Ленин наш народ В одну семью сплотил. И наш народ теперь не тот, Каким он раньше был!)*.

Кульминационный, вполне программный фрагмент в поэме – пафосное описание «первой страны», несомненно, вызывающее чувство гордости у юного читателя:

*Чтоб и свободна и сильна,  
Среди соседей-стран,  
Стояла первая страна  
Рабочих и крестьян!*

И в заключении отчетливая декларация неразрывной связи Партии (Власти) и Родины и важность этой идеи для «сына» – *советского гражданина*:

*Живи, учись, гордись, мой сын,  
Что ты советский гражданин,  
И, в жизни выбрав путь,*

*Везде: в сраженьях и в труде,  
Всегда: и в счастье и в беде,  
Отчизне верен будь!  
Нас наша Партия ведет,  
И с ней народ един,  
Советской Родины народ -  
Могучий исполин.*

Эта поэма неоднократно публиковалась и отдельно, и в различных периодических изданиях.

Тактика символической политики разнообразна – от глобального внушения до избирательной работы с отдельными возрастными группами детей. Кроме того, дискурс власти видоизменяет и отдельные фрагменты картины мира, «заряжая» их идеологически. Яркий пример – изменение цветовой картины мира. В целом ряде программных для *наших* советских поэтов текстов фразеологизированные сочетания со словом *красный* с практически выхолощенной перцепцией служат уже лишь выразительными знаками нового мира. Лексема *красный* практически утрачивает цветное значение, она служит идеологическим целям дискурса власти.

Идеологизированное восприятие красного цвета становится неотъемлемой частью картины мира советского человека. Номинация цвета оказывается среди перцептивных маркеров концепта «Родина», «подтягивая» и атрибуты, которые вызывают гордость у сопричастных: *красное знамя, красные звезды, красный галстук*. Эти образы эксплуатируются революционной мифологией, становятся символами.

Ярким примером удачного выполнения идеологического заказа является Гимн пионерской организации – песня «Взвейтесь кострами, синие ночи...», которая впервые была исполнена на большом пионерском слете в Сокольниках, а потом издана в виде отдельной листовки и большим тиражом распространена по Москве. В 1922 году ее написал по заданию высшего партийного руководства 18-летний А.А. Жаров.

В этом знаковом идеологическом произведении в доминантных текстовых позициях используются лексемы, имплицитно или эксплицитно обозначающие красный цвет. Так, номинация *костры* (*Взвейтесь кострами, синие ночи...*) включает символическое начало (костер освещает путь) и создает яркий цветовой образ, который поддерживается синтагмой *красное знамя*, символизирующей свободу. Представление о красном цвете возникает в контексте описания праздничного шествия (*радостным шагом, с песней веселой*), что продуцирует ассоциативный ряд с перцептивными и идеологическими единицами, которые, повторяясь вновь и вновь в тексте гимна-марша, прочно укореняются в сознании: *путь – огонь – пионеры; радость – песня – комсомол; красное знамя – дети рабочих*.

Подобные ассоциации постоянно выступают как средство воздействия на сознание читателя детских журналов. Причем в некоторых случаях индивидуальность начисто стерта – формируется коллективное сознание: *Он*

*красный галстук носит Ребятам всем в пример. Он – девочка, он – мальчик, Он – юный пионер!* (Сергей Михалков. Мой друг, 1939г.)

Творчество еще одного замечательного советского детского поэта – С.Я. Маршака – не столь декларативно, но едва ли менее успешно в плане формирования идеологизированного образа страны. В его творчестве используется другая тактика, связанная, скорее, с суггестией. Два известных стихотворения – «Красная страница» и «Ноябрь» – дают представление об особенностях формирования цветовой картины мира у детей дошкольного возраста. В стихотворении «Красная страница» идеологические компоненты в описании мира оказываются в доминантной позиции. Знакомство с красным цветом осуществляется через уже известные, эмоционально и эстетически привлекательные для детского сознания образы (*Красное солнце. Красное лето*). В этот ряд включается, вероятно, новый для малыша, но имеющий важную идеологическую нагрузку образ – *Красная площадь Флага полощет*. Ценность его не может быть подвергнута сомнению: вопросительный оборот, имеющий аксиологическую модальность (*что же на свете лучше и краше*), подтверждает эту ценность. Важно, что «по эту сторону» используется четко маркированное местоимение *наши* («советские»).

Это познавательный текст, рассчитанный на самый младший возраст, прагматика его, на первый взгляд, предельно прозрачна – освоение колоративной картины мира через поэтический текст, но анализ показывает, что не менее важной задачей текста является передача идеологической информации, обладающей определенной ценностью: *красный* – «красивый», «хороший», «важный», «цвет Родины», «цвет флага», «наш цвет».

Напротив, в стихотворении «Ноябрь» (из цикла «Времена года») задача идеологического характера – познакомить детей с революционным праздником – оказывается на первом плане. Поэт практически не предлагает информации об истории и героях праздника. Он представляет этот день через перцептивное восприятие, причем доминируют положительные эмоции, связанные с красным цветом – цветом радости, единства, свободы. Автор заполняет мир революционной символикой, дважды используя местоимение *весь*, обозначающее исчерпывающее количество.

Оба стихотворения впервые были опубликованы в периодических изданиях – «Разноцветная книга» в одном из сборников библиотеки «Огонек» за 1946 г., а «Круглый год» в газете «Комсомольская правда» за 1945 год.

Описанную стратегию дискурса власти по формированию идеологической картины мира можно определить как манипулятивную, при которой, при участии СМИ посредством поэтического текста выстраивается новая субъективно пространственно-временная организация, новая модель мира. При этом используются самые разнообразные тактики воздействия на чувства адресата – от навязчивого декларирования до мягкого внушения.

## Литература

1. Кубрякова, Е.С. О тексте и критериях его определения // Текст. Структура и семантика. Т.1. М., 2001.
2. Малинова, О.Ю. Тема прошлого в риторике президентов России // Pro et Contra. Май-август 2011.
3. Поцелуев, С.П. Символическая политика: констелляция понятий для подхода к проблеме. Символическая политика как инсценирование и эстетизация // Политические Исследования. 1999. № 5.
4. Тоффлер, Э. Метаморфозы власти. М., 2003.
5. Чумак-Жунь, И.И. Поэтический текст в русском лирическом дискурсе конца XVIII – начала XXI веков: моногр. Белгород, 2009.
6. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса: дис. док. филол. наук Волгоград, 2000.