

УДК 801.7:321.01

ДИСКУРС ВЛАСТИ: ОТ ЛЕГИТИМИЗАЦИИ ДО МАНИПУЛЯЦИИ

Синельникова Л. Н.

*Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского», Ялта
E-mail: Prof.sinelnikova@gmail.com*

В статье дискурс власти квалифицируется как планируемое социальное взаимодействие, организуемое на основе доминирующих интенций – завоевание и удержание власти. Легитимизация как итог завоевания власти и манипуляция как стратегия удержания власти оказываются взаимосвязанными. Эта многомерная и многослойная связь обеспечивается спектром коммуникативных действий самовозвышающего и оправдательного характера, которые транслируются в разных коммуникационных средах с привлечением особых языковых (стилистических, риторических) средств.

Ключевые слова: дискурс власти, легитимизация, манипуляция, когнитивный, коммуникативный, прагматический.

ВВЕДЕНИЕ

Дискурс власти имеет разнообразные семантико-стилистические проявления, но в этом разнообразии усматривается основная установка – завоевание и удержание власти. Эта суммированная интенция, континуально организующая движение от легитимизации к манипуляции или, точнее, совмещающая то и другое, проявляется в риторических приёмах, в стилистическом (тональном) выборе, в характере аргументов, в ролевых «масках», которые могут меняться на разных этапах политических действий.

1. Власть как система коммуникаций

Власть – объёмное понятие, и в кротологии – системе наук о власти – представлено множество классификаций, обобщений, прогнозов. Заявленная тема определяет выбор квалификационного ориентира: власть – это социальное взаимодействие, проявленное в коммуникации, в языке, в типах текстов, в их семантико-стилистических и риторических характеристиках. Жанрово-стилистический характер информации, транслируемой властью по всем каналам связи с народом, отражает основную установку – максимально эффективное воздействие на общественное сознание.

Язык – инструмент власти [7; 20], и коммуникация – атрибут политической деятельности [4; 12; 17]. Время воздействует на язык извне и изнутри. Его эффект множественен и неоднозначен. Он касается плана выражения, знаковых единиц и коммуникативной организации высказывания» [1, с. 11]. Языковое наполнение моделей коммуникации (при условии понимания языка и текста как репрезентанта ментальности) проявляет специфику дискурса власти не в меньшей, а то и большей степени, чем любого другого вида дискурса. Коммуникативный фактор объединяет подход к власти как к концепту и как к дискурсу.

Дискурс власти формируют многие акторы: политики, журналисты, пишущие о политике и политиках; политики, оценивающие других политиков; политоло-

ги как профессиональные аналитики; представители народа или, точнее, разных сегментов общества; писатели, включающие в текст своих произведений политические темы. Адресат, как правило, идентифицируется по идеологическим убеждениям, политическим пристрастиям, которые, в свою очередь, определяются его статусными (возрастными, образовательными, гендерными и др.) характеристиками. Субъектно-субъектные отношения (кто пишет и для кого) определяют характер модальной рамки дискурса власти, уровень эмоционального напряжения в разнородных коммуникациях, степень ответственности за речевое поведение. В итоге получается, что дискурс власти «блуждает» по социальному полю властных отношений, локализуясь в ключевых точках взаимодействия людей» [3, с. 60].

Избираемый и культивируемый формат языковой «упаковки» информации для завоевания и удержания власти имеет специфический набор семантико-стилистических и риторических признаков, комплекс которых идентифицирует власть и её представителей в определённое время и на определённом уровне властных полномочий. Поскольку политических действий и событий происходит, как правило, меньше, чем их дискурсивных представлений в информационном пространстве, именно языковой (семантико-стилистический, риторический) фактор помогает составить представление о положении дел, извлечь из мозаики оценок и номинаций информацию о сути и последствиях не столько предпринимаемых властью действий, сколько сказанного об этих действиях – как осуществлённых, так и планируемых.

2. Легитимизация власти как коммуникативное действие

Легитимизация – свойство власти, означающее признание большинства граждан правильности и законности формирования и функционирования её органов; противопоставляется незаконному захвату власти, её узурпации. Легитимная власть способна обеспечить стабильность и развитие общества, не прибегая к насилию [5]. Легитимизация – это и закон, и процесс. В основе архитектоники легитимности власти лежит ритуализация «объясняющих» действий, призванных обеспечить социальную солидарность и нейтрализовать социальное отчуждение. Отсюда постоянный интерес власти к тональности (в широком смысле) отношения к ней со стороны населения. Положительные оценки – знак легитимности, отрицательные – требуют от власти дополнительных действий: создания новых легитимационных сценариев самовозвышающего и оправдательного характера. Власть должна утвердить в сознании граждан свою значимость через популяризацию своих действий, вызвать их положительную оценку, а при необходимости оправдать неудачи и представить их как временные и преодолимые при условии поддержки народа. Внимание к тому, как концептуализируется власть в сознании людей, сопровождает процесс легитимизации.

В условиях разделения идентичностей в легитимационные «игры» включаются риторические средства «поддержки», прежде всего риторический пафос: умеренное обращение к эмоциям, драматизация в описании событий с тем, чтобы побудить аудиторию к пониманию и доверию. Перемещение эмоций в мир политики – одна из современных тенденций, проявленных в дискурсе власти. При этом происходит нарастание признаков демагогического коммуникативного поведения: многословность, отклонение от темы, намеренный пропуск нежелательных фактов,

признание лишь несущественных просчётов, смещение причинно-следственных связей, обилие ссылок на авторитеты, избегание конкретных ответов, апелляция к примитивным оценкам положения вещей, то есть приспособление к настроению «своего» адресата.

Легитимизация через повышение градуса враждебного отношения к другим слоям общества, к другому народу способствует формированию *дискурса вражды*, который активно проявляет себя в современных политических коммуникациях, составляя разрастающийся сегмент агонального дискурса. Агональность как признак дискурса власти фиксируется в разнообразии форм речевой агрессии, противоречащим нормам экологически выдержанной коммуникации. Исследователи называют множество признаков речевой агрессии: стратегия дискредитации, утверждение собственной правоты, игнорирование вопросов, самопозиционирование, забота о собственном имидже и др. [19].

История, её события – современный политический тренд. В борьбе за легитимность власть может перекраивать историческую память, переоценивать роль личностей и этносов в исторических событиях. В этом случае дискурс исторической памяти становится частью агонального дискурса [13]. Искажение фактов в угоду идее, манипуляция правдой может привести к отчуждению значительной части народа от власти, расширить «территорию заблуждений».

Легитимность дискурса власти в общественном сознании связывается и с персональной легитимностью. По мнению политолога А.В. Скиперских, «персоналифицированная легитимность состоит из нескольких компонентов: гендерного, визуального и профессионального» [15, с. 86]. Дискурсивный подход к легитимности требует включения и речевого фактора, в той или иной форме присутствующего в фреймовой конструкции «харизма» и влияющего на баланс отношений между легитимностью и эффективностью. Социологический анализ выявляет отношение к власти по степени активности, направленной на её поддержку, по признаку апатичности, разочарования, отчуждения от власти и т.д. Влияние на такие показатели речевого фактора не фиксируется, но его значимость не может быть исключена. Оговорки, речевые «проколы» активно обговариваются в обществе, в Сети, получают определённую оценку, нередко ироническую, и оказывают влияние на восприятие представителей власти, а через них и на власть в целом. Ребрендинг в таких случаях оказывается затруднительным.

Форматы манипуляции

Манипуляция – скрытое управление сознанием и поведением граждан; приёмы умышленного искажения действительности для утверждения своих интересов в качестве всеобщих. Манипуляция осуществляется скрыто с помощью набора стереотипов, мифов и символов, подменяющих реальность.

Проблемы манипуляции рассматриваются в политической психологии, в социологии, в коммуникативистике, в риторике, в дискурсологии [6; 9; 10]. Дискурс власти кинематографичен: в нём всегда используется принцип скрытого монтажа, позволяющего жонглировать смыслами, менять акценты, инверсировать иллюзии и реальность. Манипуляция имеет разные проявления, в том числе стилистические, которые влияют на выбор адресата: принимать или отвергать ту или иную оценку.

Коммуникативная матрица дискурса власти включает фреймы, определяющие актуальные идеологические векторы дискурса власти [2]. Фрейминг – «риторический инструмент, который собирает несвязные характеристики фрагмента реальности в целостный образ или логическую последовательность» [14]. Политический фрейм – это оязыковлённая когнитивная модель, обусловленная идеологией власти в определённое время. К числу лингвистических показателей относятся слова, словосочетания, фразеологизмы, тропы, риторические фигуры и приёмы, политические термины, цитаты. Вербальная представленность политического фрейма содержит информацию о стратегии и тактиках субъектов политического дискурса, представленную в семантике ключевых слов, в коннотативных признаках наименований, в характере модальных оценок. Каждый фрейм власти фиксирует свойства в строго определённой стилистической тональности. Восприятие аудитории должно вести к одной цели и к одной эмоции, другие цели и эмоции – враждебный фрейм. Признаки общего лингвистического фрейма могут варьироваться в конкретных текстах, дополняться новыми характеристиками. В пространстве этих тем складывается новая мифология и формируется оппозиционный политический дискурс.

Термин *рефрейминг* активен в понятийном аппарате психологии и нейролингвистического программирования и означает переобрамление, «перемену рамки у картины» или «перемену картины в рамке». Рефрейминг позволяет внести изменения в привычный взгляд на ситуацию, затормозить действие прежней доминанты и заменить её новой, то есть подорвать стереотип. Сместить восприятие можно через переименование события, использование прямых оценок иного (непривычного) свойства и под. Но есть и другой путь: ничего не переименовывая и не производя замены вербальных знаков оценки, придать событию иной смысл путём переноса внимания на нечто другое, вступающее в ассоциативное противоречие с транслируемой информацией. Событие одновременно помещается в несколько контекстов, которые чередуются, накладываются друг на друга, в результате чего внимание расфокусируется, оценочный стержень теряется и в конечном итоге распадается. Приём рефрейминга используется в информационных войнах, строящихся на борьбе интерпретаций, в имиджевых текстах, одна из целей которых – «отстройка» от конкурентов. Организацию информации с использованием приёма рефрейминга можно отнести к наиболее распространённым (едва ли не универсальным) и достаточно действенным приёмам манипулятивного воздействия на общественное мнение.

Манипулятивная стратегия власти имеет прямое отношение к суггестивной лингвистике, к суггестивному употреблению языка в текстах. К «жёстким» типам воздействия относится мантрический тип открытой суггестии [16]. Пример мантрической суггестии в целях психологического запугивания – неverifiedируемая с точки зрения истинности (подтверждения непреложными фактами) предикация «Россия – агрессор». Убеждение без объяснений – это и есть открытая суггестия, свидетельствующая о недостатке или отсутствии информации. Призывы к диалогу при наличии разных аргументов оказываются бесполезными, сами аргументы в этом случае оказываются манипулятивными [8]. В. Е. Чернявская корректно определяет одну из целей манипуляции как желание осуществить интересы отправителя сообщений, «которые необязательно совпадают с интересами адресата» [18, с. 19]. В ря-

де случаев напрашивается замена «необязательно совпадают» на «совсем не совпадают».

Исследователи обращают внимание на технологичность современного дискурса власти – тщательную спланированность коммуникативных действий для достижения определённой цели [11], особенно в том случае, если основной целью оказывается борьба с идеологическим противником. Политтехнологи, как теневые акторы дискурса власти, изыскивают новые возможности манипуляции общественным сознанием. Власть не может не учитывать роста общественной рефлексивности в интернете. «Поле боя» информационной войны расширилось за счёт перехода политики в интернет, что свидетельствует о маргинализации дискурса власти. Появились новые формы явных и тайных «военных» действий. Так, в Сети активизировался астротерфинг – оплачиваемый вид троллинга, цель которого – создание искусственного общественного мнения через подставных пользователей. В качестве «троллей на зарплате» действуют специалисты широкого профиля, знакомые с механизмами троллинга, умеющие включаться в дискуссию в качестве равноправных участников (обычно в форме комментариев), учитывающие психологические особенности представителей того или иного сообщества. В результате создаётся ложный эффект массовости. Цель – отвести внимание от острых тем, заменить конструктивное общение пустопорожней перепалкой, произвести вброс компромата, культивировать слухи – всё это знакомые признаки информационной войны, усиленные троллинговой активностью и безнаказанностью.

ВЫВОДЫ

Перечень наук, влияющих на объём и направление интерпретаций дискурса власти, говорит о сложности выработки адекватного инструментария анализа: лингвистика, риторика, коммуникативистика, культурология, социология, социолингвистика, этнография, этнолингвистика, политология, политическая психология, межкультурная коммуникация, имиджелогия, конфликтология, политический менеджмент и др. В каждой из этих сфер обнаруживаются и изучаются специфические признаки дискурса власти. Но три подхода: когнитивный (картина мира, единство языка и сознания), коммуникативный (речевая деятельность акторов власти в соотносённости с целевым адресатом) и прагматический (целенаправленность и интенциональная обусловленность речевых действий) в их совместности – позволят, как представляется, обеспечить системное междисциплинарное описание дискурса власти.

Список литературы

1. Арутюнова Н. Д. От редактора / Н. Д. Арутюнова // Логический анализ языка. Язык и время. – М.: Индрик, 1997. – 351 с.
2. Белт Т. Политическое убеждение путём метафорического моделирования / Т. Белт // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2007. – Вып. 2 (22). – С. 18-25.
3. Герасимова О. Ю. Дискурс власти в современном обществе / О. Ю. Герасимова // Вестник Челябинского гос. ун-та. Философия. Социология. Культурология. – 2009. – № 42 (180). – Вып. 15. – С. 60-64.
4. Грачёв М. Н. Политика: коммуникативное измерение / М. Н. Грачёв. – Тула: Изд-во Тульского гос. пед. ун-та им. Л.Н. Толстого, 2011. – 172 с.
5. Князев Д. А. Современные формы легитимации государственной власти : монография / Д. А. Князев. – Ростов-на-Дону : Издательский центр ДГТУ, 2010. – 155 с.

6. Копнина Г. А. Речевое манипулирование / Г. А. Копнина. – М. : Флинта, 2007. – 176 с.
7. Лассвелл, Г. Язык власти / Г. Лассвелл // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2006. – Вып. 20. – № 2. – С. 264-279.
8. Ли Е. В. Диалектическое взаимодействие универсальных и этнокультурных стратегий аргументации в политическом дискурсе: дисс. ... канд. филол. наук. 10.02.19 – теория языка. – Иркутск, 2011. 20 с.
9. Михалёва О. Л. Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия : монография / О. Л. Михалёва. – Иркутск : Иркутский ун-т, 2005. – 320 с.
10. Мягкова А. Ю. Языковая манипуляция как орудие информационно-политической борьбы / А. Ю. Мягкова // Уч. зап. Российского гос. социального ун-та. – 2010. – № 8. – С. 188-191.
11. Плотникова С. Н. «Дискурсивное оружие»: роль технологий политического дискурса в борьбе за власть / С. Н. Плотникова // Вестник Иркутского гос. ун-та. – Иркутск: ИГЛУ, 2008. – № 2. – С. 138-144.
12. Речевая коммуникация в политике / под общ. ред. Минаевой Л. В. – М. Наука, 2007 – 245 с.
13. Русакова О. Ф., Русаков В. М. Агональный дискурс современной политики памяти / О. Ф. Русакова В. М. Русаков // Дискурс-Пи. Научный журнал. – Екатеринбург, 2015. – С. 10-19.
14. Сировицкий В. Фрейминг, который мне нравится / В. Сировицкий // Риторика сегодня. Блог на WordPress.com.
15. Скиперских А. В. Новое прочтение концепта персонифицированной легитимности / А. В. Скиперских // Современные наукоёмкие технологии – 2005. – № 1. – С. 86-87.
16. Черепанова И. Ю. Заговор народа. Как создать сильный политический текст / И. Ю. Черепанова. – М. : КСП+. – 2002. – 464 с.
17. Черватюк И. С. Дискурсивные маркеры власти / И. С. Черватюк // Человек в коммуникации : концепт, жанр, дискурс : сб. науч. тр. – Волгоград : Перемена, 2006. – С. 58-66.
18. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса. Проблемы речевого воздействия : учебное пособие / В. Е. Черепанова. – М.: Флинта, 2006. – 136 с.
19. Шамне Н. Л., Карякин А. В. Речевая агрессия как нарушение экологичности политического дискурса / Н. Л. Шамне, А. В. Карякин // Вестник Волгоградского гос. ун-та. Языкознание. Сер. 2. – Волгоград, 2011. – № 1 (13). – С. 204-208.
20. Язык и власть : межвуз. сб. науч. тр. / под ред. М. А. Кормилицыной. – Саратов, 2003. – 138 с.

DISCOURSE OF POWER: FROM LEGITIMISATION TO MANIPLULATION

Sinelnikova L. N.

The article qualifies the discourse of power as a planned social interaction organised on the basis of the dominant intentions of gaining and retaining power. Legitimation as an outcome of gaining power and manipulation as a strategy of retaining power turn out to be interconnected. This multidimensional and multi-layer connection is ensured by a range of communicative actions (self-elevating and justifying), which are translated in different communicative environments involving special linguistic (stylistic, rhetorical) means.

Keywords: discourse of power, legitimation, manipulation, cognitive, communicative, pragmatic.