

## ДИСКУРС КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В МАСС-МЕДИЙНЫХ МАНИПУЛЯТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ

Н.В. Лизина

*В работе рассматривается социальное управление в его дискурсивном аспекте. Дискурс рассматривается в работе как инструмент социального управления, встраивающий в общественное сознание определенные нормативные и ценностные установки, образы и картины действительности, формируя тем самым для социальных субъектов ментальные образы мира.*

*Ключевые слова: дискурс управления, социальное управление.*

С развитием масс-медийных технологий и массовых коммуникаций дискурс управления становится все более медиатизированным. Мультимедийные дискурсы в силу своей синтетической аудиовизуальной природы несут в себе мощный эмоциональный заряд, который вовлекает в коммуникацию чувственные и иррациональные компоненты сознания, оказывает воздействие на подсознание, что создает благоприятные условия для реализации разнообразных управленческих и манипулятивных стратегий, для активного вовлечения аудиторий в дискурсивное пространство массовой культуры и медийной сферы.

Расширение коммуникативного мультимедийного пространства и появление все новых социальных практик и технологий, активно влияющих на общественные и институциональные отношения, предполагает активизацию научной деятельности в области специализированного исследования широкой группы дискурсов массовых коммуникаций. Именно к данной группе следует отнести такой коммуникативный феномен как PR-дискурс, выступающий особым способом властно-управленческого воздействия на общественное сознание.

С позиции коммуникативно-семиотической парадигмы дискурс управления может быть представлен как способ означивания феноменов реальности, благодаря которым формируются позиции и мнения в общественном коммуникативном пространстве, на основе которых осуществляется конкурентная борьба между различными точками зрения и подходами к пониманию действительности. Дискурсы трактуются как носители смыслов, ценностей, идей, образов, мнений, интерпретаций и прочих ментальных и виртуальных образований. В то же время, согласно кратологическому подходу, дискурс

управления представляет собой мощный властный ресурс, посредством которого социальные институты и индивиды осуществляют свою саморепрезентацию, легитимацию, идентификацию, конструирование и продвижение тех или иных образов реальности, производят позиционирование в социокультурном, политическом и экономическом пространстве. Дискурсивное знаково-символическое пространство пронизывает все другие пространства социального мира – политическое, экономическое, социокультурное, информационное. Дискурс управления осуществляет обработку общественного сознания, внедряя в него определенные нормативные и ценностные установки, образы и картины действительности. Иначе говоря, они формируют у социальных субъектов ментальные образы мира, его оценочные матрицы.

Как знаково-символическая система, дискурс управления выступает не только в виде разнообразных текстов, языков, символов, мифов, идеологий, иконических образов, но также в виде вещей, предметов массового потребления. В обществе массовой культуры и массового потребления получают широкое распространение различные формы, в которых он являет себя. Таковыми являются дискурсы моды и модельного бизнеса, телевидения и рекламы, шоу-бизнеса и шоу-политики, Интернета и сотовой связи.

Контекстные матрицы дискурса управления, обладающие этнокультурными особенностями, выступают в качестве опорных для той или иной культуры дискурсивных матриц-символов. Такими являются, например, базовые мифы, легенды и эпосы народов мира: эпос о Нартах у народов Кавказа, эпос о Манасе у киргизов, Калевала у финнов. Некоторые дискурсы приобрели

## ДИСКУРС КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В МАСС-МЕДИЙНЫХ МАНИПУЛЯТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ

совершенно определенным этносимволический характер при формировании нового этноса: миф о близнецах Ромуле и Реме – дискурс-символ римского этноса, легенда о Вильгельме Телле – дискурс-символ швейцарского суперэтноса, состоящего из разноязычного населения. «Песнь о Роланде» стала опорным дискурсом в формировании единого этноса на территории Франции. «Песнь о Сиде» стала символом консолидации испанского этноса, выстоявшего многовековое засилье мавров. Легенда об Уленшпигеле стала символом Фландрии. Библия – символом христианского суперэтноса, Коран – мусульманского.

Общепризнанной крупной фигурой в области интерпретации дискурса и его глубокого теоретического анализа является Мишель Фуко [1]. С его именем связано появление и развитие кратологической трактовки дискурса, получившей широкое применение в таком направлении как критический дискурс-анализ. В своих работах Фуко акцентировал внимание на властной, принудительной силе дискурса. Дискурсы в его интерпретации выступают мощным властным ресурсом и потому оказываются объектами желаний, опасений, контроля. Доступ к дискурсам регламентируется и контролируется в обществе властными инстанциями. За право их присвоения идет непрерывная борьба. Властная сила дискурсов, по Фуко, состоит в заключенных в них правилах и запретах, направленных на подавление всего, что не соответствует принятым в определенном сообществе нормам. Сила дискурсов как социальных контролеров проистекает из привносимых ими в общественное сознание оценочных схем, разделяющих слова, мысли, поступки на дозволенные и недозволенные, приличные и неприличные, публично артикулируемые и подлежащие умолчанию.

Следует подчеркнуть, что скрещивание понятий дискурса и власти у Фуко осуществляется на основе своеобразного толкования того, что представляет собой власть. Для Фуко власть – это не некий институт и не структура, а «множественность отношений силы», интеграция отношений силы. Власть трактуется как интегрированный результат игры подвижных отношений неравенства: «отношения власти не находятся во внешнем положении к другим типам отношений (экономическим процессам, отношениям познания, сексуальным отношениям), но имманентны им; они являются непосред-

ственными эффектами разделений, неравенств и неуравновешенностей, которые там производятся; ...отношения власти не находятся в позиции надстройки, когда они играли бы роль простого запрещения или сопровождения; там, где они действуют, они выполняют роль непосредственно продуктивную».

Внутри энергетического поля власти, по Фуко, находится множество точек сопротивления: «последние выполняют внутри отношений власти роль противника, мишени, упора или выступа для захвата. Эти точки сопротивления присутствуют повсюду в сети власти». Эти точки подвижны. Они вносят в общество динамику расслоения. Рой точек сопротивления, пронизывая социальные стратификации, перекраивает поле власти, производит изменения в индивидах, в их душах и телах. Распределение и перераспределение власти для Фуко есть перегруппировка инстанций знаний. Сцепление власти и знания образует дискурс: «Именно в дискурсе власть и знание оказываются сочлененными». Иначе говоря, дискурс – это диспозитив взаимосвязи знания и власти. В живой практике управленческого дискурса осуществляется «развертывание» образно-смысловых и прочих ментальных структур концептов власти, господства, подчинения, насилия итд. В результате концепты реализуются на уровне конкретных метафорических образований и идеологем.

Бодрийяр [2] рассматривает дискурс как властную силу, которой наделены знаки, в том числе вещи как знаковые системы. Эта властная сила вещей-знаков имеет тенденцию возрастания в обществе массового потребления и рекламы. Становясь фетишами, вещи утрачивают свои утилитарные смыслы, превращаясь в грезы, в фантомы, в имитирующие действительность знаки реальности, «симулякры». Бодрийяр выделяет дискурс о вещах, к каковому он относит рекламу, и дискурс-вещь.

Дискурс рекламы – это рекламные послания в речевой и образной форме. Реклама есть мир чистой коннотации. В то же время реклама входит в мир вещей, поскольку потребляется как вещь, как предмет культуры. Поэтому у рекламы двойной статус: «она является и дискурсом о вещи, и собственно вещью».

Дискурс-вещь, по Бодрийяру, – это знаки социальной стратификации, знаки культурных веяний, моды, технических достижений эпохи. Они информативно насыщены, являются

ретрансляторами множества социокультурных смыслов. Смысловые единицы дискурс-вещей в обществе массового потребления формируются и усиливаются рекламой. Реклама не только информирует о ценностно-смысловом содержании дискурс-вещей, но и управляет процессом смыслопорождения и смыслопотребления. В современном обществе рекламный дискурс превратился во властную силу, которая, с одной стороны, управляет процессом массового потребления, манипулирует общественным сознанием, а с другой стороны, в силу своего навязчивого характера, вызывает реакцию сопротивления у аудитории: «...словом, рекламный дискурс разубеждает не меньше, чем убеждает, и потребитель, по-видимому, если и не приобрел иммунитет к его сообщениям, то достаточно свободен по отношению к ним». Рекламный дискурс представляет собой особый язык, ключевым понятием которого является «марка». В данном языке, отмечает Бодрийяр, осуществляется «чудо психологического ярлыка», которое пробуждает желания потребления вещи-дискурса. С позиций концепции существования в обществе массового потребления особого языка рекламы, выступающего властным дискурсом, управляющим психологией статусного и имиджевого потребления, Бодрийяр производит смысловую ревизию понятия «потребление», акцентируя внимание на его причастности к знаковым системам, а следовательно – к миру дискурсов: «Потребление – это не материальная практика и не феноменология «изобилия», оно не определяется ни пищей, которую человек ест, ни одеждой, которую носит, ни машиной, в которой ездит, ни речевым или визуальным содержанием образов или сообщений, но лишь тем, как все это организуется в знаковую субстанцию: это виртуальная целостность всех вещей и сообщений, составляющих отныне более или менее связанный дискурс. Потребление, в той мере в какой это слово вообще имеет смысл, есть деятельность систематического манипулирования знаками». Потребление, по Бодрийяру, представляет собой участие в символическом обмене, основным предметом которого выступают знаковые системы или символические формы. Главными катализаторами и интеграторами символического обмена, считает автор, выступают дискурсы менеджмента и маркетинга, которые моби-

лизуют рекламный дискурс и иные дискурсы массовой коммуникации.

В основе нашей концепции управления как особого дискурса лежит положение о том, что дискурс – это властный ресурс, представляющий собой систему способов означивания, интерпретаций, оценок, позиционирования и идентификации общественных субъектов, отношений и объектов реальности, которые закрепляются и легитимируются социальными институтами. В работах М. Фуко мы находим трактовку институционального дискурса как поля дискурсивных практик (Фуко также применяет понятие «дискурсивная формация»), которые властно навязывают обществу определенную оценочную и когнитивную базу, устанавливают режимы коммуникации и порядок мышления, дисциплинируют разум и чувства, обозначают и структурируют объекты посредством отделения нормы от ненормы. У Фуко различные социальные институты и области знания рассматриваются как сферы подавления и дискурсного контроля, надзора за соблюдением установленного порядка словоупотребления и порядка вещей. У Бурдьё нам импонирует понимание дискурса как габитуса, генерирующего социальные практики и регулирующего оценочные восприятия, взгляд на дискурс как на символический капитал, функционирующий в социальном пространстве. Для понимания управления как дискурса нам представляются весьма ценными разработанные Бурдьё категории поля, социального и символического капиталов. «Поле», по Бурдьё, – это социальное пространство, которое функционирует как конкурентный рынок, где отдельные лица или группы соревнуются между собой за более высокое статусное положение. Тот, кто занимает более высокие статусные позиции, обладает и большим социальным капиталом, а следовательно получает возможность господствовать над теми, чей социальный статус ниже, а капитал (экономический, культурный, политический и др.) уступает по своему объему.

Государство, в трактовке Бурдьё, является самым крупным владельцем социальных капиталов, к которым относятся 1) капитал физического принуждения (армия, полиция, тюрьмы и т.п.), 2) экономический капитал, 3) информационный капитал, 4) символический капитал (системы ценностей, юридические нормы, традиции, ритуалы, почести, верования и др.).

## ДИСКУРС КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В МАСС-МЕДИЙНЫХ МАНИПУЛЯТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ

Данные капиталы, сконцентрированные в руках государства, образуют собственно государственный капитал, который позволяет государству властвовать над всеми частными видами капитала. «Формирование государства, – отмечает Бурдье, – идет вместе с формированием поля власти, понимаемого как пространства игры, внутри которого владельцы капитала (разных его видов) борются именно за власть над государством, то есть над государственным капиталом, дающим власть над различными видами капитала и над их воспроизводством (главным образом через систему образования)». Политическое поле, согласно Бурдье, представляет собой динамическое взаимодействие политических субъектов (парламентариев, членов политических партий, государственных деятелей, чиновников и др.), чьи действия продиктованы, с одной стороны, требованиями и интересами общественных групп, а с другой – их статусным положением внутри социально-политических институтов. При этом отношения статусных позиций диктуют собственные правила игры. В этой связи, чтобы понять логику политической игры важно знать, каковы статусные позиции субъекта на политическом поле, где установлены определенные правила игры. Например, в условиях сильной бюрократизации общества, статус высокопоставленного государственного служащего будет выше статуса депутата, поскольку он обладает значительным объемом политического капитала в виде доступа к ресурсам власти. «Профессионалы от политики, – отмечает Бурдье, – ведут борьбу за свои собственные ставки и ради своей выгоды...». Одной из важнейших ставок является право на производство общественного мнения, на монополизацию права публичного выступления с целью навязывания собственной картины мира. Бурдье рассматривает политические институты как место, где происходит не только борьба, но и соучастие в навязывании обществу некоего видения мира: «В действительности подобное соучастие является внутренней сущностью принадлежности к одной игре, и одно из общих свойств поля состоит в том, что внутренняя борьба поля за навязывание доминирующего видения поля всегда опирается на факт, что даже наиболее непримиримые соперники согласны относительно некоторого числа предпосылок, обуславливающих существование самого поля» [3]. Иначе говоря, всех агентов политического поля «объединяет претензия

на навязывание легитимного видения социального мир, все они представляют собой место внутренней борьбы за навязывание господствующего принципа восприятия и деления».

В работах Бурдье для нас очень важна мысль о том, что социальные институты выступают источниками формирования определенной картины мира, которая легитимируется и навязывается людям. Социальные институты производят и транслируют дискурсы (в форме идей, понятий, категорий, принципов, образов и других символических фигур), которые задают рамки, фокусные центры видения и осмысления реальности. «Любой социальный агент, – пишет Бурдье, – обладает некими принципами восприятия и деления. Мы всегда приходим в мир, и особенно в мир социальный, с очками на глазах. У нас «всегда уже» есть категории восприятия, принципы видения и деления, которые сами частично являются продуктом инкорпорации социальных структур». Бурдье отмечает: «Профессионалов объяснения и публичного выступления – социологов, историков, политиков, журналистов и т.п. – объединяет две вещи: с одной стороны, они работают над экспликацией принципов видения и деления практик, с другой стороны, они борются, каждый в своем пространстве, за навязывание этих принципов и за возможность признания их в качестве легитимных категорий конструирования социального мира». По сути речь идет о *легитимном символическом насилии* в отношении способов категоризации представлений о мире и конструирования реальности.

Опираясь на работы Бурдье, мы констатируем, что любой социальный институт формирует дискурсивное пространство управления, в рамках которого ведется борьба за монополизированное осуществление легитимного символического насилия, то есть, за навязывание определенного способа мировидения и миропонимания. В процессе символического насилия, которое осуществляют институциональные дискурсы, реализуется еще одна очень важная функция социального института – функция идеологической мобилизации. Идеологическая мобилизация, осуществляемая институциональными дискурсами, производит принципы веры и доверия к определенным идеям и ценностям, которые становятся символическим капиталом. Бурдье пишет об этом: «Навязывание определения мира – это уже сам по себе акт мобилизации, направленный

на утверждение или изменение отношений силы. Моя идея становится форс-идеей благодаря силе, которую она проявляет, когда навязывается как принцип видения. Истинной идее можно противопоставить только опровержение, тогда как форс-идее можно противопоставить другую форс-идею, способную мобилизовать встречную силу и встречную манифестацию. Политика есть борьба за навязывание легитимного принципа видения и деления, доминирующего и признанного как заслуживающего этого, т.е. исполненного символическим насилием» [4]. Предметом исследования Бурдые выступают различные дискурсивные поля, образованные социальными институтами. В их числе – поля социальных наук и журналистика. Хотя поле социальных наук, отмечает Бурдые, прямо не предназначено для того, чтобы вмешиваться в борьбу за навязывание посредством своего дискурса доминирующего видения социального мира, оно все же это делает. Над социальными науками также довлеет такая сила, как социальный заказ, связанный с определенными социальными ожиданиями и наборами проблем. Данный заказ нередко диктует социальным наукам определенный способ конструирования и интерпретации реальности, что может привести к противоречию между научным дискурсом и дискурсом социального заказчика. В этой связи, считает Бурдые, социальная наука, в частности социологи, «должны научиться отстаивать свою свободу конструировать объект так, как они его понимают, и самим определять программу».

Дискурсивное поле журналистики, по мнению Бурдые, в последнее время оказывает все возрастающее влияние на поля социальных наук и политики. В то же время, оно имеет очень слабую автономию, поскольку становится все более зависимым от государственных и коммерческих структур. Огосударствленная и коммерческая, зависящая от рекламы журналистика уже не в состоянии продуцировать гражданский дискурс – дискурс социально ответственной и критически мыслящей журналистики. Она выступает всего лишь в роли ретранслятора и пропагандиста либо дискурса государственного официоза, либо дискурса коммерческих институтов – медиакорпораций и рекламы.

Характеристикой субъекта, занимающего то или иное положение в социальной иерархии, является его социальный статус. Место в социальной иерархии измеряется на

основании разных критериев – образовательный уровень, должностное положение, объем власти, профессиональный уровень, престижность профессии и рода деятельности и др. Каждый социальный статус обладает ролевым планом. Ролевой план статуса проявляется в том, что статусность опредмечивается и демонстрируется в шаблонах поведения (социальных ролях), которые соответствуют принятым в данном обществе стандартам. Статусно-ролевые стандарты поведения закрепляются нормативными режимами социальных институтов, в которых люди осуществляют свою профессиональную и властную деятельность. Главная миссия социальных институтов – организационно-дисциплинарная. Она заключается в организации социальной жизни людей на основе общепринятых стандартов и способов иерархического соподчинения. Другими словами, социальный институт – это властная инстанция, которая управляет иерархией статусных ролей, осуществляет статусно-ролевое позиционирование основных субъектов социального института.

Наличие особого языка является важной характеристикой управленческого дискурса. Каждый социальный институт закрепляет за собой некое символическое и предметно-практическое пространство деятельности, в котором ведущую роль играют профессионалы. Профессионалов отличает не только специализированная подготовка и квалификация, но и владение профессиональным языком.

Профессиональный язык выполняет важную роль пароля идентификации по схеме «свой/чужой» в символическом пространстве управления. Он задает не только систему понятий, концептов и условных обозначений, необходимых для осуществления когнитивных и коммуникативных задач, необходимых для конструирования институционально заданной картины мира и способов ее интерпретации. На профессиональном языке лежит также функция реализации задач корпоративной культуры и внушения непосвященным в тайны его смыслов некоего сакрального трепета. Будучи доступен лишь для посвященных, избранных, профессиональный язык, в том числе и административный, осуществляет функции кастовой сегрегации и социально-статусной иерархизации. В итоге все, кто владеет профессиональным языком, оказываются наверху институционально-статусной лестницы, а те, кто не до конца усвоил или слабо

## ДИСКУРС КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ В МАСС-МЕДИЙНЫХ МАНИПУЛЯТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ

усвоил профессиональный язык, занимают место на низших ступенях статусной иерархии.

Манипулирование общественным сознанием является возможным благодаря использованию специфических особенностей языка. Язык - это система знаков, которые мы используем для обозначения реально существующих объектов; слова могут служить для создания образов, истинно отражающих действительность, и глубокого расхождения между образами, которые возникают, когда мы говорим, слушаем, читаем или пишем, и реальным положением вещей. Именно символическая и знаковая сущность языка позволяет манипулировать сознанием большого количества людей. Это происходит в силу сложности и тонкости функционирования языка как особой знаковой системы, которая характеризуется следующим:

- в естественном языке большинство лексем-знаков имеет более чем одно значение, то есть соотносится не с одним объектом реальной действительности. Разные значения одного языкового знака актуализируются в определенном речевом контексте. Следовательно, непонимание контекста может привести к неправильной интерпретации знака, к неправильной информации о факте действительности;

- профессиональному языку также присуще явление полилексии как порождение многочисленных лексем, обозначающих один и тот же предмет (например, доктор, врач, лекарь, эскулап);

- в административном языке также присутствует явление полисемии, которым обладают полнозначные лексемы: они обладают различными вариантами значений, границы между которыми зачастую размыты, в результате чего возникает снижение ценности и эффективности речевой информации. Только знак-термин инвариантен в смысловом отношении и передает однозначную информацию;

- кроме основного значения – денотации – ряд слов обладает еще определенными коннотациями (дополнительное содержание слова или выражения, его сопутствующие семантические, стилистические и эмоциональные оттенки), которые накладываются на

основное значение и служат для выражения разного рода экспрессивных, эмоционально-оценочных обертонов. Слова с определенными коннотациями в политическом дискурсе могут исказить или тенденциозно представлять информацию о реальном факте, которая содержится в основном значении слова.

Управление как дискурс представляет собой знаково-коммуникативного агента, выполняющего функции позиционирования, ретрансляции и закрепления в общественном сознании и социальной практике статусно-ролевых нормативов. Оно проявляет себя в типичных ситуативно-коммуникативных актах, характерных для системы отношений и функционирования определенного социального института. В силу своей социальной прескриптивности и суггестивности такой дискурс несет на себе отпечаток нормативной заданности определенных общественных отношений и коммуникаций, выполняет дисциплинарные функции упорядочивания данных отношений и надзора за их нормативным соблюдением. Управленческий дискурс транслирует нормы и стандарты статусно-ролевого поведения, закрепляет в социуме бинарные отношения норма/ненорма, позитивное/негативное, допустимое/недопустимое, благо/зло, каноническое/еретическое и т.п. в моральных императивах, ритуалах, традициях, писаных и неписаных кодексах поведения, правовых актах.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Фуко, М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. Воля к истине. По ту сторону знания, власти и сексуальности/ М.Фуко; -М., 1996.
2. Бодрийяр, Ж. Символический обмен и смерть/ Ж. Бодрийяр; -М., 2000.
3. Бодрийяр, Ж. Система вещей- М., 2001 - С. 177.
4. Бурдьё, П. Дух государства: генезис и структура бюрократического поля // Поэтика и политика. Сборник статей. Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской академии наук/ П Бурдьё; -СПб., 1999.- С. 118.
5. Социоанализ Пьера Бурдьё. Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской академии наук. -М., 2001.- С. 125 – 126.

*Лизина Н.В., гл. администрации Октябрьского района г. Барнаула, тел. 8(3852) 24-35-12.*