УДК 070:316.776.2 + 81’42

Э. В. Чепкина
О. Ф. Автохутдинова

ПРОБЛЕМА ДРУГОГО В РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ И ПРАКТИКИ КОНСТРУИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЖА «ДРУГОЙ» В ДИСКУРСЕ СМИ

Рассматривается формирование практик конструирования различных типов Других в российском медиадискурсе. Авторами описываются практики, несущие негативную или положительную оценку Другого, а также практики, формирующие амбивалентное отношение к Другому.

Ключевые слова: дискурс; дискурсивные практики; медиадискурс; средства массовой информации; Другой.

Фигура Другого подробно изучена как категория философии и других социальных наук, выявлены исторические типы Других, роль Другого в развитии общества и в процессе коммуникации.

В качестве ответа на современные общественные вызовы в России сегодня функционируют противоположные тенденции: с одной стороны, утверждение модели полицентричной и динамичной культуры, с другой — приоритет стабильности, тотального единства общества, ценностная ориентация на идеализированное прошлое. В данный момент в публичном пространстве явно превалирует вторая.

ЧЕПКИНА Элина Владимировна — доктор наук, доцент, заведующий кафедрой русского языка и стилистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: chepkina@gmail.com).

АВТОХУТДИНОВА Ольга Федоровна — ассистент кафедры русского языка и стилистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: sofia28@mail.ru).

© Чепкина Э. В., Автохутдинова О. Ф., 2015

И это обстоятельство обусловливает преимущественно негативное отношение к Другому.

Социолог Б. Дубин подчеркивал: «В российских условиях “свое” и “чужое” не разграничены и не обозначены культурно. ...Российский социум не принимает различий, не допускает, что все разные» [5]. Эта исторически сложившаяся ситуация актуальна и сегодня: «От 2/3 до 3/4 респондентов считают, что другим людям доверять нельзя. В эту позицию свернуто представление о другом как о незаслуженном владельце того, чего у меня нет. <...> Недоверие — это способ снижения образа другого, а заодно отыгрывание страхов неудачи и потери» [Там же].

Однако такой комплекс представлений не существует в неизменном виде столетиями, есть историческая динамика отношения к Другим в разных общественных ситуациях. Так, в постсоветской России в конце 80-х и в 90-е гг. XX в. Другие стали видны в большей степени. Это было следствием и ослабления авторитарной власти [7, *103*], и логики развития постиндустриального общества с типичным для него дроблением и усложнением социальной стратификации [4]. Начало 90-х было отмечено ростом доброжелательного интереса к Другому, казалось, происходит «повальное превращение идеологических противников в лучших друзей» [7, *103*]. Это для части общества выглядело как неожиданность, но на самом деле в тот период включились исторически сложившиеся латентные программы поведения, заранее заготовленные на всякий случай: все-таки опыт мирного сосуществования с соседями и чужаками обладает ценностью с незапамятных времен. В российском медиадискурсе 90-х получила распространение идея, что разнообразие обогащает общество, что социальная дифференциация, типичная для западных обществ, выступает признаком высокой политической, правовой, гражданской культуры.

Однако вследствие отсутствия быстрых положительных перемен к лучшему в социальной и экономической сферах, в результате болезненных для российского самосознания сравнений постсоветского пространства с экономически благополучным со второй половины 90-х начинается возврат к настроениям изоляционизма. В 2000-е гг. в России нарастает именно эта тенденция: происходит генерализация понятия «мы», постулируется его предельная обобщенность и одновременно отказ от взаимодействия с «обобщенным Другим» [5]. Одним из ярких знаков происходящих перемен стало то, что с 2000 г. представители бизнеса как отдельная социальная группа утратили общественно-политический интерес [4, *39*]. В идеологических построениях в качестве категории социологии и политики вновь активно используется понятие «масса», не обладающее качествами разнородности [Там же, *33*]. Отчетливо проявляется тенденция к игнорированию и подавлению социокультурной дифференциации.

В августе 2014 г. в газете «Ведомости» была посмертно опубликована статья выдающегося российского социолога Бориса Дубина «Нарциссизм как бегство от свободы». В частности, он пишет, что в последнее время настойчиво воспроизводится «очень важное представление о россиянах как общности особого типа. Это массовидная общность, где все принято решать сообща, где косо смотрят на человека, который пытается делать что-то только для себя. “Мы не рвемся

за достижениями и богатством, нам важно, что мы все вместе" — этот аморфно-массовидный характер российского социума входит в представление об особости страны» [5].

Ученые-социологи отмечают, что, возможно, агрессивное неприятие Других именно сейчас — это нервная защитная реакция на усложнение общества, социальных связей внутри него. Для власти в более сложной стратификации видится опасность потери управляемости обществом, для граждан — необходимость мыслить более сложными категориями. Вот представление о множестве Других и упрощается до образа единого сплоченного врага, которому следует противопоставить сплоченное единство «своих».

Россию 2010-х гг. отличает поиск враждебных Других по разным основаниям: криминальным (педофилы), моральным (геи) или морально-религиозным (неправославные, «нетрадиционные» религиозные группы). Снова актуализируется идеологема внешнего врага, на его роль попеременно попадают США, Запад, с 2014 г. — Украина. В паре с внешним врагом опять отыскивается своя «пятая колонна», возрождаются ярлыки «иностранный агент», «национал-предатель». Призывы к единству общества перед лицом внешней угрозы предполагают восприятие Другого как общего врага или как изгоя, подрывающего искомое единство, но не как проявление многообразия внутри сообщества граждан.

Противостояние «своих» и «врагов» все чаще описывается с помощью риторики войны. Наравне с восхвалением в СМИ спецслужб, военных и военизированных структур как олицетворения порядка, сил борьбы с хаосом, распространяется и генерализованное представление внешних и внутренних врагов как по-военному организованной силы [9, *85–86*], например, *пятая колонна*.

В итоге нынешней общественной ситуации проблема артикуляции ценностей и интересов различных социальных групп, в том числе разного рода меньшинств как самостоятельных субъектов, не выходит на первый план ни в российской политике, ни в практиках массмедиа. Другие, конечно, не исчезают — они становятся латентными, уходят в тень, СМИ делают их невидимыми, так как лишают поддержки, обоснования общественной необходимости их существования. Так, например, специфические интересы различных российских регионов или таких социальных групп, как люди с ограниченными возможностями, сельские жители, оттеснены на периферию медийной повестки дня.

Более того, формируются практики стигматизации Других — их негативной отмеченности в обществе. Вспомним негативно-оценочные публикации о музыкальных молодежных субкультурах, любителях компьютерных игр, исторических реконструкций и других группах, очевидно безопасных для социума.

Другая сторона рассматриваемой проблемы — отрицание Других свидетельствует и о недостаточной сформированности понятия «свои». Негативная идентичность «мы не такие, как они» не дает полноценной самоидентификации [3].

К тому же назойливое утверждение ценности единства общества блокирует использование механизмов общественной дискуссии, сопоставления различных точек зрения по важным социальным вопросам. Обращение лишь к оппозиции «свои — чужие», особенно когда чужие мыслятся как опасные и враждебные,

сужает поле общественного диалога, не говоря уже о коммуникации с «врагами», с которыми, как известно, в переговоры не вступают.

На наш взгляд, оппозиция «Я — Другой» значительно шире, чем оппозиция «свой — чужой», и выявление разных групп Других, конструируемых в массмедиа, — актуальная исследовательская задача. Внимание к Другому высвобождает серьезный потенциал развития общества. Р. Штихве показал, что Другой необходим обществу для выявления его скрытых возможностей [10]. И, добавим от себя, невозможностей. Соответственно, актуальной задачей видится коммуникативное взаимодействие разных социокультурных групп в пространстве массмедиа; внимание к Другому и его поддержка в межэтнических и межрелигиозных контактах, на рынке труда и т. д. На пути к достижению такого взаимодействия требуются в том числе усилия по исследованию дискурсивных практик СМИ в области конструирования Другого как персонажа журналистских публикаций. Анализ дискурсивных практик позволяет осуществить деавтоматизацию стереотипных приемов конструирования образа врага и — шире — разных типов Других.

В ходе исследования названной проблемы нами были выявлены типы Других, характерные для современных российских СМИ. Использовалась методика анализа, которая опирается на концепции критического дискурс-анализа [1, 8].

Выявлены и описаны типичные практики конструирования разных типов Других в российском медиадискурсе. Эмпирическим путем были выделены три группы дискурсивных практик, конструирующих Другого как персонажа текстов СМИ: практики отрицательно-оценочной направленности; практики, несущие положительную оценку персонажей; практики, амбивалентные в оценочном отношении. Принципиальным также оказалось различение практик конструирования внешнего и внутреннего Другого [1].

Важный вывод из анализа конструирования персонажей СМИ как Других с помощью разнородных, в том числе взаимоисключающих практик состоит в том, что персонаж журналистского текста, соотносимый с конкретной биографической личностью или социальной группой, сам по себе, во внедискурсивной реальности, зачастую не обладает изначально заданными, «врожденными» признаками Другого. Он вписывается в социальную стратификацию, окрашивается оценочным отношением только в ходе конструирования в медиадискурсе. Это и есть механизм социального конструирования реальности, понимание которого подрывает наивный взгляд, что роль СМИ — всего лишь служить зеркалом реальности социума.

Было установлено, что дискурсивные практики конструирования Другого как внешнего врага актуализируют смыслы потенциальной опасности, исходящей от Другого как «вражеского агента», когда Другой представлен как потенциальная угроза стране, существующему политическому строю и т. п. Часто в отношении таких персонажей публикуются подозрения и догадки при отсутствии доказанных фактов враждебных действий.

Широко используются дискурсивные практики конструирования «внутреннего врага»: Другой предстает как предатель, провокатор или преступник, который опасен для общества в целом, причиняет ему вред. Актуальны дискурсивные практики, конструирующие внутреннего Другого как отклоняющегося от

нормы — психически больного, жертву. Часто это жалкие, но также потенциально опасные персонажи.

В российском медиадискурсе присутствует и Другой, которого оценивают положительно, он конструируется как внешний или внутренний помощник. Обычно это публикации о конкретных, частных событиях, не выходящих на уровень широких социальных обобщений. Несмотря на то, что внешний Другой предстает территориально чужим, он как помощник не угрожает стабильности и безопасности «своих» («наших»), а, напротив, способствует их развитию и процветанию. Это, как правило, непосредственный партнер в каком-либо социальном проекте: коллега, деловой партнер, волонтер. Он конструируется как дружественно настроенный персонаж, чья помощь востребована для решения внешних и внутренних проблем России. Эта роль Другого в СМИ подробно не прорабатывается, практика конструирования помощника типична для информационных сообщений на разные темы в международном контексте, изображение Другого положительно-оценочно в стереотипных рамках дипломатической вежливости и дежурной толерантности.

Бог-помощник — еще одна разновидность внешнего Другого, получившая распространение в современных российских СМИ. Бог присутствует как мистический персонаж в публицистических текстах не только религиозной тематики. В публикациях ему приписываются только положительные характеристики, практически все они заимствуются из дискурса религиозного (Бог любит людей, он всемогущ, совершает чудеса, является воплощением абсолютной нормы) [2].

Другой в роли внутреннего помощника в дискурсе СМИ конструируется как необходимый, хотя часто и не вызывающий симпатии персонаж. Например, он привлекает внимание к ряду актуальных и значимых для общества проблем, принося тем самым пользу (была подробно проанализирована история майора МВД А. Дымовского, пытавшегося привлечь общественное внимание к явлениям коррупции и другим злоупотеблениям в правоохранительных органах) [1].

К несущим однозначно положительную оценку практикам конструирования Другого как медиаперсонажа относится приписывание ему роли героя. Герой, как известно, тоже нарушитель нормы, но со знаком «плюс». В этом случае Другого наделяют большей частью черт, свойственных традиционному мифологическому герою: преданность отечеству, своему народу, способность возглавить народ, борьба с вредителем-антагонистом, борьба за справедливость, охрана национальных традиций и способность завоевать всеобщую любовь. Относительно Других в СМИ эта практика сегодня функционирует очень ограниченно.

В дискурсе СМИ также фиксируются практики, конструирующие Другого как персонажа, вызывающего амбивалентное отношение. Одна из таких — «самопрезентация» персонажа с помощью прямой речи. Когда адресат воспринимает речь персонажа, у него может возникнуть отрицательное отношение к говорящему, несмотря на общие положительные смыслы, содержащиеся в самой речи, и тогда практика конструирования персонажем самого себя как героя может для адресата сближаться с практикой, конструирующей лжегероя.

Дискурсивную практику, конструирующую персонажа как жертву, тоже можно отнести к амбивалентным. С одной стороны, персонаж-жертва вызывает жалость.

С другой — журналисты могут подбирать такие смыслы, при которых жертва предстает в образе ущербного в моральном и интеллектуальном плане человека, потенциально опасного.

Наконец, вызывает амбивалентное отношение к персонажу-Другому конструирование его как диссидента. Для господствующей идеологии этот внутренний Другой будет «чужим», возможно даже «врагом», а для людей, поддерживающих взгляды Другого, — «своим», «помощником», возможно, даже «героем».

Важным выводом исследования стало то, что в ситуациях с неожиданно появившимся Другим, не имеющим определенного социального статуса, типично одновременное использование пестрого набора разных в оценочном отношении практик конструирования Другого, приписывания его фигуре социально значимых смыслов. Прежде всего, эти практики объединяет накопление негативно-оценочной семантики. Важно подчеркнуть, что в оперативном режиме конструирования персонажа он не характеризуется однозначно, его образ противоречив. Необходимость оперативно комментировать неясную ситуацию и персонажей неопределенного статуса нередко порождает амбивалентные, неоднозначные тексты. При этом каждая выделенная нами практика конструирования Другого сама по себе обладает смысловой определенностью и имеет, как правило, традицию употребления и в художественной литературе, и в публицистике.

При более детальном рассмотрении мы видим, что способы конструирования Другого как персонажа СМИ вписывают его в структуру социума тем или иным образом в зависимости от идеологических пристрастий издания или конкретного автора, с этим связаны и различия оценочных модальностей.

Наш анализ текстов СМИ о Других показал, что в целом социальные различия вызывают скорее настороженность, конструирование Другого в негативно-оценочном контексте преобладает. Другой с положительной оценочностью сугубо ситуативен, не поднимается до уровня социального обобщения, устойчивой типизированной фигуры. Соответственно появление Другого с неопределенным статусом актуализирует в первую очередь практики, несущие негативную оценку.

Результаты исследования подтверждают, что актуальная задача современных российских СМИ, исходящих из концепции социальной ответственности журналистов перед обществом, — сделать Других в большей степени видимыми в общественном поле, а также поддержать установку на восприятие Других как «не чуждых», как добрых соседей, возможных партнеров.

---

1. *Автохутдинова О. Ф.* Практики конструирования Другого как персонажа журналистского дискурса // Изв. Урал. гос. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2011. № 3 (92). С. 16–26.

2. *Автохутдинова О. Ф.* Сюжетные функции персонажа-помощника в медиадискурсе // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2014. № 3 (129). С. 127–134.

3. *Гудков Д. Л.* Негативная идентичность. М., 2004.

4. *Гудков Д. Л., Дубин Б. В., Левада Ю. А.* Проблема элиты в сегодняшней России: Размышления над результатами социологического исследования. М., 2007. 372 с.

5. *Дубин Б.* Нарциссизм как бегство от свободы // Ведомости. 2014. 27 авг.

6. *Дубин Б.* Три стремления большинства россиян // Ведомости. 2014. 21 авг.

7. *Левинсон А.* Опыт социографии : статьи. М., 2004. 664 с.

8. *Чепкина Э. В., Енина Л. В.* Дискурсивные практики журналистики: метод анализа // Стилистика завтрашнего дня : сб. ст. к 80-летию проф. Г. Я. Солганика. М., 2012. С. 291–308.

9. *Чернявская В. Е., Молодыченко Е. Н.* История в дискурсе политики: лингвистический образ «своих» и «чужих». М., 2014. 200 с.

10. *Штихве Р.* Амбивалентность, индифферентность и социология чужого // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. Т. 1, № 1. С. 41–52.

Статья поступила в редакцию 18.03.2015 г.