

Б.Я. Мисонжников

Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург

**МОБИЛИЗАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ПРЕДМЕТ
ТЕКСТУАЛИЗАЦИИ
MOBILIZATING TECHNOLOGIES AS THE SUBJECT
OF TEXTUALIZATION**

Ключевые слова: массмедиа, мобилизационные технологии, текстуализация, дискурс

Keywords: mass media, mobilizing technologies, textualization, discourse

Современные массмедиа, включенные в глобальную информационно-коммуникационную систему, вследствие возросшей интенсивности воздействия на реципиентную среду и небывалого суггестивного потенциала во многом изменили миропорядок, актуализировали политико-социальные процессы. В медийных аспектах новой онтологии резко возрастает антропоцентрическая парадигма развития, и гипертрофированное внимание к индивиду, представляющему электоральный ресурс, дает основание вести речь «об информационной **осаде**, информационном **захвате**» (Медведева, Шишова, 2007: 4). В этой ситуации зачастую теряется истинное уважение к аудитории, что позволяет говорить «о таком явлении, как суперпозиция СМИ, т. е. ощущение собственной мощи по отношению к аудитории, иллюзия собственного могущества» (Мельник, Амбросенкова, 1997: 80).

Особого внимания заслуживают сетевые медиа, которые «способны не только информировать общественность, но и быстро мобилизовать людей на определенные действия или провоцировать на бездействие, — с помощью них отрабатываются различные формы гражданского неповиновения» (Ильичева, 2014: 3). С целью мобилизации субъектов протестного движения используются соответствующие технологии, которые продуцируются как спонтанно, так и на глубоко продуманной, дискурсивной основе, порой специально готовятся профессиональными технологами и активно внедряются в реципиентную среду. Подобный вброс может происходить как от случая к случаю, бессистемно, по стечению обстоятельств, так и с определенным расчетом, преднамеренно, особенно в условиях обострения социального положения и в зонах бифуркации. Таким образом, и самые современные сетевые медиа реализуют, по сути, традиционно свойственную средствам массовой информации «организаторскую (социально-мобилизующую)» функцию (Быкова, Войнова, Мансуров, 1986: 57). Однако новая реальность обуславливает и соответствующие формы и методы выполнения мобилизационных технологий.

Данный вид деятельности в любом случае осуществляется через текст: именно в нем может быть представлена система мобилизационных технологий,

т. е. это может быть достаточно пространная и адресная дескрипция, своего рода описание и предписание, или инструкция, отражающая алгоритм действия. Дескриптивный текст используется универсально, это может быть «коммерческий дескриптивный текст с описанием различных товаров» (Литвинова, Штатская, 2012: 120), и это может быть социально-политический текст с описанием мобилизационных технологий.

В этом случае мы можем говорить о значительной иллюкутивности текста, хотя в то же время он будет выполнять сугубо констатирующую задачу. Текст прежде всего будет фиксировать соответствующие императивы, указывать на то, как следует поступать, косвенно может даже побуждать к действию, но не будет сам действием, субъект окажется значительно отдаленным от предиката в его дескриптивной протяженности и завершенности. Перформативность подобного материала, как правило, довольно низка, и уровень его иллюкутивности отнюдь не свидетельствует об уровне перформативности. В связи с этим нельзя не признать справедливости данного утверждения: «Следовательно, сказанное дает основание заключить, что иллюкутивность, как функциональное предназначение высказываний в момент их произнесения, присуща всем языковым выражениям и не сводима только к перформативному употреблению высказываний. Очевидно, что она свойственна высказываниям как в перформативном, так и в констативном употреблении. Это означает, что иллюкутивность как функциональная категория отлична от явления перформативности как особого вида использования языковых выражений в социальной коммуникации и, таким образом, шире категории перформативности. Другими словами выражаясь, перформативный признак в виде особого маркера может так же функционально и содержательно репрезентировать иллюкутивное предназначение языковых выражений, но в особых случаях, а именно — в особых речевых актах» (Романов, Романова, 2009: 88).

Дескриптивный текст, выполняющий инструктирующую функцию в системе мобилизационных технологий, может выполнять также директивно-регулятивную. Он может быть введен в действие не только в момент подготовки акции или на начальном этапе ее проведения, т. е. на момент разработки приемлемого варианта мобилизационных технологий, но и в процессе проведения акции, практически на любом ее этапе. В морфологическом отношении данный текст будет скорее представлен в констативном аспекте, предполагающем превалирование номинативного стилового выражения. Но в некоторых случаях, когда в мобилизационных технологиях директивность будет стремиться к своему максимуму, констатирующая дескрипция может обретать черты перформативности и оказаться на пороге значительной содержательной трансформации. Так, если за инструктирующим и констативным контентом последует усиление текстовой эмотивности, тем более если будут заметны проявления речевой агрессии,

прозвучат призывы к действию, к физическому насилию, станет очевидным обретение текстом перформативного значения. Соответствующим текстовым маркером данной трансформации может служить, в частности, введение в корпус дескриптивного текста социальных диалектов, возникающих вследствие использования соответствующих лексических, синтаксических, орфографических и даже пунктуационных средств, например кавычек (Диева, 2001: 14—15).

Речевое поведение субъектов текстотворчества в данном случае полностью зависимо от тех мотивов, которыми продиктована организация мероприятия. Именно от них будет зависеть и методология разработки и применения мобилизационных технологий. Прежде всего необходимо выделить мотивы, «связанные с важнейшими общественными потребностями личности по критерию их содержания. Здесь могут быть выделены идейные мотивы (связанные с мировоззрением), политические (связанные с позицией личности по отношению к политике, как внешней, так и внутренней), нравственные (основывающиеся на нравственных нормах и принципах), эстетические (отражающие потребность в прекрасном)» (Ковалев, 1988: 53). Мотивы детерминируют речевое поведение субъектов текстотворчества, но и реципиенты должны быть мотивированы в своем обращении к текстам, репрезентирующим мобилизационные технологии. В противном случае данные тексты будут востребованы минимально или вообще останутся втуне. В связи с этим нельзя недооценивать проблему релевантности политико-информационного ожидания аудитории и того сообщения, которое она получит. Реакцию реципиентной среды не всегда возможно предвидеть, потребитель не всегда ожидает адресованное ему сообщение, адресату вообще может быть чужд определенный текстовой материал, и обращение к нему происходит не столько спонтанно, сколько в случае обоюдной мотивированности, что может диалектически сложно модифицироваться и представляет собой многоаспектный и не всегда точно идентифицируемый и алгоритмизируемый процесс. Обратим внимание на следующее высказывание: «Мотивированность или немотивированность текста (или его фрагментов) есть в принципе некоторый процесс, обусловленный, очевидно, и общими социально-культурологическими, и частными внутриязыковыми (внутрилитературными) причинами, провоцирующими ту или иную оценку потребителя знаковой продукции» (Сорокин, 1985: 67).

В силу многих причин, как представляется, следует рассматривать мобилизационные технологии, манифестируемые в конкретных ситуациях в качестве большей частью дескриптивных и констативных семиотических комплексов, как сложное дискурсное образование, существующее в диалектическом отношении с публицистическими дискурсными комплексами. Публицистический текстовой материал может тесно коррелировать с текстами, в которых представлены мобилизационные технологии, что происходит не

только в случае совпадения мотивов и позиций авторов, но и в случае их контрарных взглядов и убеждений. В данном случае главную роль играет тождественность темы выступлений, и такие материалы не останутся незамеченными, в них обычно значительно актуализируется дискурсное начало. Ю. А. Сорокин замечает: «Как известно, речевое воздействие, на которое по преимуществу ориентированы виды массовой (пресса, радио, телевидение) и глобальной (любая знаковая продукция) коммуникации, является процессом, предусматривающим воздействие и на интеллектуальную, и на эмоциональную структуру психики реципиента» (Сорокин, 1985: 30). В данную систему коммуникации интегрированы и сетевые медиа, через которые репрезентируются тексты, отражающие те или иные мобилизационные технологии.

Говоря о важности тематической тождественности текстов, представляющих мобилизационные технологии, и текстов с актуализированным публицистическим началом, не следует в то же время все сводить лишь к этой тождественности. Могут возникать и другие факторы, которые призваны обусловить тот или иной уровень корреляции. Это может быть общий и всем понятный яркий факт, способствующий взаимной текстуальной интеграции и представленный во множестве дискурсов, включая дискурс мобилизационных технологий и какого-либо публицистического материала. Это может быть также имя собственное, чаще всего известное политика, которое обретает статус символа: «Антропоним как языковой знак обладает всеми свойствами языкового знака и как знак способен реализовывать специфические коммуникативные функции — дифференцировать, идентифицировать, указывать, замещать и служить основой или базой для порождения концептуального представления или фреймовой конфигурации. Любая фреймовая конфигурация имени собственного опирается на следующие моменты: на его экстенционал, на его интенционал и на квантор „существует“ или „может существовать“. Наличие квантора существования или возможного существования позволяет расширять содержательный объем интенционала как у индивидуального (или индивидного) имени собственного, так и у типового (или виртуального) имени собственного» (Романов, Романова, Воеводкин, 2000: 52—53). Имя собственное, интегрированное в тексты мобилизационных технологий — а это происходит отнюдь не случайно, — таким образом, преобразуется, становится символом, и качества носителя данного имени экстраполируются на представителей всей группы лиц, причастных к манифестации соответствующих мобилизационных технологий. Воссозданный антропоним представляет собой, по сути, фантомное образование и уже не имеет почти ничего общего с реальным носителем имени. Это персонаж, обладающий своим дискурсом, который «центрирован на соответствующем концепте. К примеру, типаж „человек верный“ соотносится с дискурсом верности; „человек коварный“ — с дискурсом коварства; „человек счастливый“ — с дискурсом

счастья; „человек любящий“ — с дискурсом любви и т. д.» (Плотникова, 2006: 101).

Но высокого уровня корреляции и взаимной содержательной интеграции удастся достичь благодаря, прежде всего, воссозданию полномасштабных дискурсов, причем публицистические дискурсы могут воплощаться в разных жанрах, что делает картину довольно разнообразной. Речь не идет о дискурсном сопровождении и дополнении материалов с мобилизационными технологиями материалами публицистическими. Речь идет о более сложном и значительном явлении: возникает аддитивный дискурс с новыми качественными признаками, включая и возросший уровень перформативности. Даже такой жанр, как притча, соответствует данной парадигме: «Притча в устах Христа выступает не только как поучение, но и как призыв к действию: она имплицитно обращена к слушателю и содержит позитивную динамику образов („сеятель“, „пастырь“, „растущее зерно“, „закваска“ и др.» (Жолудь, 2002: 11). Соотноситься с текстами, содержащими мобилизационные технологии, в определенных ситуациях может и репортаж, который исключительно подходит к идентификации «способов семиотизации пространства — его структурирования и осмысления по правилам, которые вносят пространственные коды» (Чертов, 2005: 629). Репортаж не просто отражает действие, но и сам становится элементом действия (см.: Мисонжников, 2012: 177—182). В этом плане он цепко «схватывает» действительность, актуализирует связи с окружающим миром.

Публицистические дискурсы, интегрированные с дискурсом мобилизационных технологий, могут иметь очень широкий содержательный и жанровый диапазон, и они начинают интенсивно развиваться в основном как реакция на мобилизующие тексты, и многое, конечно, зависит от конкретной ситуации. В определенные моменты превалировать могут тексты, провоцирующие на то или иное действие. Провокативный дискурс представляет собой «комплексное жанровое образование в совокупности лингвистических и экстралингвистических факторов, выражающее провокативное намерение адресанта скорректировать коммуникативную активность провоцируемого и вызвать в нем демонстрируемое говорящим провоцирующее психологическое состояние, которое не соответствует актуальному состоянию реципиента провоцирования» (Степанов, 2003: 224). Провокативный дискурс может активно коррелировать с неискренним дискурсом, который «основан на особом способе концептуализации картины мира автором речи» (Плотникова, 2000: 217). Мы можем наблюдать дискурс, в котором будет доминировать угроза, или дискурс, в котором главным будет утешение — «утешающий дискурс... строится на основе используемых (заготовленных или интродуктивных) текстов, формирующих инвариантную структуру интерактивного взаимодействия с установкой выхода из Разлада к Ладу» (Романов, Немец, 2006: 83). Соединение публицистических дискурсов разного жанрового направления обусловит — в

зависимости от силы социального резонанса воздействия мобилизационных технологий — создание яркого и мозаичного семиотического образования, совокупного текстуального континуума, в котором актуализируется перформативное начало.

Литература

1. Быкова С.Н., Войнова В.Д., Мансуров В.А. Средства массовой устной пропаганды как система // Социология и пропаганда / Отв. ред. В. Н. Иванов. — М.: Наука, 1986. — 208 с.
2. Диева Т.М. Социальные диалекты в современной российской прессе (газеты «Завтра» и «Русский порядок»: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. — СПб., 2001.
3. Жолудь Р.В. Генезис христианской публицистики и формирование традиции православной проповеди (На примере творчества Василия Кесарийского, Григория Назианзина и Иоанна Златоуста: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. — СПб., 2002.
4. Ильичева Ю.А. СМИ в мобилизационных технологиях: цели, функции, политические последствия : Автореф. дис. ... канд. полит. наук. — СПб., 2014. Ковалев В.И. Мотивы поведения и деятельности. — М.: Наука, 1988. — 192 с.
5. Литвинова Г.Г., Штатская Т.В. Средства актуализации содержания англоязычного экономического текста // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 2. Языкознание. 2012. № 1 [Электронный ресурс]. — Электрон. данные. — 2014. Режим доступа: <http://new.volsu.ru/struct/generalservices/publish/vestniki/lastmagazine/ser-2-linguistics-1-15-2012/7.pdf>, свободный. — Загл. с экрана. — Яз. рус., 26.06.2014.
6. Медведева И., Шишова Т.Л. «Кто соблазнит малых сих...»: СМИ против детей: статьи разных лет. — Клин: Христианская жизнь, 2007. — 320 с.
7. Мельник Г. С., Амбросенкова В. К. Элементы психологического воздействия политических текстов на аудиторию // Логос, общество, знак (к исследованию проблемы феноменологии дискурса): сб. науч. тр. / отв. ред. Б. Я. Мисонжников. — СПб.: БРИГ—ЭКСПО, 1997. — 147 с.
8. Мисонжников Б.Я. «Мускулатура репортажа»: кинестетический аспект текстуализации // Вестн. Тверск. гос. ун-та. Сер. Филология. 2012. Вып. 1. — С. 177 – 183.
9. Плотникова С.Н. Неискренний дискурс (в когнитивном и структурно-функциональном аспектах). — Иркутск: Изд-во Иркутск. гос. лингв. ун-та, 2000. — 244 с.
10. Плотникова С.Н. Человек и персонаж: феноменологический подход к естественной и художественной коммуникации // Человек в коммуникации: концепт, жанр, дискурс: сб. науч. тр. / отв. ред. Е. И. Шейгал. — Волгоград: Парадигма, 2006. — 249 с.

11. Романов А.А., Немец Н.Г. Дискурс утешения: Лингвопсихологический анализ. — М.: Институт языкознания РАН; изд-во «АгросферА», 2006. — 144 с.
Романов А. А., Романова Е. Г., Воеводкин Н. Ю. Имя собственное в политике: язык власти и власть языка. — М.: Лилия ЛТД, 2000. — 112 с.

12. Романов А.А., Романова Л.А. Притяжение перформатива: Очерки по теории перформативности от Дж. Л. Остина до наших дней. — М.; Тверь: Институт языкознания РАН; изд-во «АгросферА», 2009. — 156 с.

13. Сорокин Ю. А. Психолингвистические особенности изучения текста. — М.: Наука, 1985. — 168 с.

14. Степанов В.Н. Провокативный дискурс социально-культурной коммуникации. — СПб.: Роза мира, 2003. — 263 с.

15. Чертов Л.Ф. От герменевтики телесности к семиотике визуально-пространственных кодов // Логос живого и герменевтика телесности. Постижение культуры: Ежегодник. Вып. 13—14 // отв. ред. О. К. Румянцев. М.: Академический проект; РИК, 2005. — 720 с.

(0,4 п.л.)