

PROSOPON

№ 2/2011

[s. 101-110]

Евгений Мельников, Ирина Михеева

Идеология и идеологическая коммуникация как предмет современных философско- политических исследований: историко- семантический и структурно-функциональный аспекты

Ideology and Ideological Communication as a Subject of Modern Philosophical and Political studies: Historical Perspectives, Struc- tural and Semantical Aspects

Keywords: *ideology, ideological communication, political system, political authority, ideological code*

За всю не особенно долгую (всего два с лишним века!) историю идеологии как объекта интеллектуальной полемики, семантический потенциал данного понятия претерпевал множественные и, порой, весьма противоречивые метаморфозы. Известно, что содержание понятия «идеология» исторически нарабатывалось и трансформировалось в несколько этапов. Так, вместо изначальной «науки об идеях» (в сенсуализме Де Траси) под ней стали подразумевать сначала определённый тип мировоззрения, или «ложное сознание» (у Маркса), а затем и весь спектр «теоретической и практической деятельности государства» (А. Грамши, Г. Лукач, Л. Альтюссер, М. Фуко). Именно неомарксизм и постструктурализм, значительно расширив по отношению к марксизму семантическую

валентность идеологии, тем самым открыли возможность для дальнейшей трансформации этого понятия из синонима «массового заблуждения» в структурообразующий концепт, описывающий фундаментальную коммуникативную функцию государства как института реализации политической власти.

Напомним, что связь между идеологией и государством выявил ещё Георг Лукач. В своём известном труде «История и классовое сознание» (1922) Лукач в ходе анализа соотношения политической власти и идеологии определил идеологию как необходимый фундамент любого государства. «Надо подвергать самому точному и самому непредвзятому анализу источники власти, - писал Лукач, - ... пунктом силы или слабости государства является именно тот способ, каким оно отражается в сознании человека. Идеология в этом случае является не просто следствием экономического строения общества, а одновременно и предпосылкой его бесперебойного функционирования»¹. С данным мнением согласится позже и Мишель Фуко, утверждавший, что «политическая власть осуществляется ещё и посредством определённого количества тех учреждений, которые на первый взгляд не имеют ничего общего с политической властью и делают вид, что от неё независимы...»² Идеология в такого рода интерпретации – это уже не просто дефективная часть массового сознания, но, напротив, стройная система институтированных механизмов социального, а, следовательно, символического принуждения – основного агента политической власти. Именно «после двух великих экспериментов, - опыта фашизма и опыта сталинизма - мы вдруг ощутили, что под государственными органами, на совершенно ином уровне и до некоторой степени от них независимо, существовала целая механика власти, осуществлявшаяся постоянно, непрерывно и насильственно; она позволяла сохранять прочность и жесткость социального тела...»³ Тогда не случайно, что предложенный Лениным в качестве политической основы советского режима «строжайший контроль со стороны общества и со стороны

¹ Г. Лукач, *История и классовое сознание. Исследования по марксистской диалектике*. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://ihtik.lib.ru/> - Дата доступа: 02.02.2007.

² М. Фуко, *Интеллектуалы и власть: Избранные политические статьи, выступления и интервью*. - М.: Праксис, 2002. С.119 -120.

³ Ibidem, С.172.

государства над мерой труда и мерой потребления»⁴ был воплощён в государстве с государственной идеологией – ленинской «научной идеологией социализма». Поэтому, вслед за Фуко, можно говорить об идеологии как об определённой *надинституциональной составляющей государства*, этого единственного источника не только материального, но и нематериального принуждения, которое действует на надинституциональном идеальном уровне – уровне «символического принуждения».

Энтони Гиденс признаёт наличие этой составляющей уже у самого Маркса, поскольку «в соответствии с Марксом, класс, который контролирует средства производства и политический аппарат, контролирует также и господствующие знаки и символы. А также и формы убеждений в обществе»⁵. Соответственно, можно говорить и об основной функции самой идеологии – *символической*, благодаря которой сама идеология как некоторая традируемая «властью» система символов органически включается в структуры массового сознания, деформируя его внесением новых мифологизированных символических структур – *идеологем*.

С этим был согласен и французский исследователь идеологии Ролан Барт, согласно которому уже «в мифе мы обнаруживаем ту же трехэлементную систему – означающее, означаемое и знак. Но миф представляет собой особую систему, и особенность эта заключается в том, что он создается на основе некоторой последовательности знаков, которая существует до него; миф является вторичной семиологической системой»⁶. Идеология, по мысли Барта, в качестве своеобразного культурно-мировоззренческого «паразита» действует в виде *вторичных знаковых структур*. Тем самым, она как бы *деформирует* первичные языковые структуры сознания в необходимой ей плоскости. «Миф ничего не скрывает, – писал Барт, – и ничего не афиширует, он только деформирует; миф не есть ни ложь, ни искреннее признание, он есть искажение».⁷

⁴ В. И. Ленин, *Государство и революция*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.revcom.com> - Дата доступа: 02.02.2007.

⁵ Э. Гиденс, *Социология: краткое и критическое введение*. – Мн.: Технология, 2003. С.32.

⁶ Р. Барт, *Семиотика, поэтика*. – М., 1994. С.78.

⁷ *Ibidem*, С.95.

Следующей функцией идеологии может быть названа *стереотипизация*. Идеология стремится свести окружающую действительность в систему штампов, клише, стереотипов. Как отмечал сам Барт, «идеология постоянно преобразует продукты истории в неизменные сущности»⁸. Именно с помощью стереотипизации идеология синхронизирует все государственные институты смыслопроизводства. В этом контексте показателен тот факт, что впервые (!) именно в советской энциклопедической и идеологической литературе, а также в разнообразных советских учебных пособиях по гуманитарным дисциплинам впервые появляются детальные и систематизированные определения термина «идеология».

Итак, идеология деформирует и стереотипизирует массовое сознание, делая его относительно однородным и бесконфликтным, и тем самым превращает социальную реальность в своеобразный «спектакль» с заранее установленными ролями, де-реализует её, изолируя от реального содержания. Отсюда вытекает следующая функция идеологии - *де-реализация*. Как писал Ги Дебор, «спектакль - это идеология *par excellence*, так как во всей своей полноте он проявляет и очерчивает сущность всех идеологических систем, заключающуюся в оскудении, подчинении и отрицании реальной жизни»⁹.

Естественно, что такого рода *де-реализация* терапевтически призвана стабилизировать любые очаги социального напряжения и таким образом способствовать единственной цели - *легитимации конкретного политического режима* в массовом сознании и *мобилизации обслуживающего класса* к дальнейшему социально-экономическому взаимодействию с господствующей политической (которая практически всегда одновременно является и экономической) элитой, в полном соответствии с заложенными этой элитой в данную идеологию необходимыми ей целями и приоритетами социально-политического и экономического развития общества.

Идеология, таким образом, может быть определена как своеобразный *коммуникативный медиум политической власти*, где сама политическая власть вынуждена осуществлять символическое принуждение, скрытое в

⁸ Там же. С.125.

⁹ Г. Э. Дебор, *Общество спектакля* [Электронный ресурс]. - Режим доступа: www.avtonom.org/lib/ -Дата доступа: 02.02.2007.

государственных институтах для собственной легитимации в массовом сознании через своеобразную символическую систему – *идеологическую коммуникацию*.

Отметим, что именно намеренное введение здесь понятия *идеологической коммуникации*, будучи методологической необходимостью, даёт возможность посмотреть на идеологию в более широком ракурсе, вне экономической детерминации данного феномена. Не случайно Пьер Бурдьё отмечал, что «всякий анализ идеологий в узком смысле как легитимирующих дискурсов, не включающий в себя анализ соответствующих институциональных механизмов, рискует стать не более чем добавочным вкладом в эффективность этих идеологий».¹⁰ Именно идеология, в данном случае рассмотренная как динамический процесс и как взаимодействие в рамках системы политических отношений «*власть-народ*», и является реальным наполнением понятия идеологической коммуникации.

Так же как в модели коммуникации или «речевого акта» Якобсона, в идеологической коммуникации участвуют «*коммуниканты*» - «*адресант и адресат*» (отправитель и получатель). От первого ко второму направляется «сообщение», которое написано с помощью своеобразного «кода». Соответственно, сам процесс идеологической коммуникации так же, как и в теории коммуникации, может быть разделен на отдельные фрагменты, или единицы идеологической коммуникации – «*коммуникативные акты*». Разумеется, как и у Якобсона, в случае идеологической коммуникации «сам по себе коммуникативный процесс представляет собой континуум, непрерывное взаимодействие участников коммуникации. Коммуникантами могут быть человеческие индивиды и общественные институты - институционализированный отправитель».¹¹ Исходя из этого, мы будем понимать под идеологией не явление, но своеобразный коммуникативный процесс, континуальный поток сообщений (*messages*), или, другими словами, коммуникативных актов (*acts*), совершаемых в процессе взаимодействия между коммуникантами – то есть, между властью и обществом (коллективом) как адресантом и адресатом посредством

¹⁰ П. Бурдьё, *Практический смысл*. – СПб.: Алетейя, 2001. С. 264.

¹¹ Р.О. Якобсон, *Речевая коммуникация: Язык в отношении к другим системам коммуникации // Избранные работы*. М.: Прогресс, 1985. С.306-330.

определённого механизма кодирования и декодирования (при этом вне зависимости от источника власти, политического режима и т.д.)

Как писал ещё Никлас Луман, «общество - это коммуникативно закрытая система. Оно порождает коммуникацию через коммуникацию. Его динамика состоит в воздействии коммуникации на коммуникации и в этом смысле - в трансформации тех или иных актуальных различений и обозначений...»¹² Так, общество, исходя из данного видения, прежде всего, является набором конвенциональных коммуникативных практик, поддерживающих непрерывность самого процесса социализации. Сами же практики, подчиняясь при этом некому общему началу, если и могут происходить, то только посредством определённого языка, являющегося языком политики. Несомненно, что язык политики – это язык власти. *Власть не может не быть* – об этом говорили и Ницше, и Фуко. Власть тотальна по определению. Она есть там, где есть коллектив, подчинённый языку и сплочённый им, поэтому она всегда коммуникатирует. И, коммуникатируя, она сама должна подчиняться и сама должна подчинять. Так, власть подчиняется коду (закону), посредством которого она должна подчинять себе других, что и значит - оставаться властью. При этом, именно политика как источник всякой иной коммуникации, порождающий законность в её единственно легальном институализированном виде, по определению производит все те самые «актуальные различения и обозначения», которые и создают общество как единый организм.

Пьер Бурдьё достаточно верно описал феномен политической власти, отмечая, что «одна лишь полная институционализация позволяет не зависеть в достижении веры и повиновения со стороны других людей и в мобилизации их рабочей или боевой силы...».¹³ Здесь и появляется идеология как тип политической коммуникации. Так, любая идеология - это определённый набор ценностей, принципов, прав и обязанностей, посредством которых она декларирует себя, тем самым заявляя о своей уникальности и избранности. Трудно представить себе идеологию, не производящую различий между собой и иными идеологиями. Откуда происходят эти различия? Не является ли их причиной соответствующая

¹² Н. Луман, *Общество как социальная система*. – М.: Издательство "Логос". 2004. С.101.

¹³ П. Бурдьё, *Практический смысл*. – СПб.: Алетейя, 2001. С. 259-260.

система кодификации, призванная отделить «свое» от «чужого», то есть от любой другой идеологии? Лучшими образцами тотальности такого разделения могут служить немецкий фашизм и сталинизм/ленинизм как два чудовищные социокультурных эксперимента, создавшие целые «зоны различия» для инакомыслящих в виде концлагерей и пр. При этом оба этих идеологических проекта, естественно, не воспринимали себя как социальное «зло», но наоборот, они придавали своей изолированности статус избранности.

Как убедительно показал М. Фуко, идеология изначально направлена на то, чтобы «очистить пространство изоляции от всех реальных противоречий, приспособить его, по крайней мере, в области воображаемого, к требованиям общества и, тем самым, изменить его единственное значение – значение изгнания, исключения, придав ему некий положительный смысл».¹⁴ Это можно считать *основным законом идеологической кодификации – законом различия кода*. Таким образом, можно говорить и о специфическом виде идеологической кодификации, и, соответственно, о феномене «идеологического кода». Наиболее точное определение «кода» можно найти у Умберто Эко. «Код – это структура, представленная в виде модели, выступающая как основополагающее правило при формировании ряда конкретных сообщений, которые именно благодаря этому и обретают способность быть сообщаемыми».¹⁵ Поэтому идеологический код – это модель, в соответствии с которой идеологическое сообщение может быть воспринято адресатом (определённым коллективом), разделяющим этот код. Из данного определения идеологического кода следует *первая функция идеологической кодификации – функция сплочения*.

Соответственно, каждая идеология, по определению имеет задачей отделить «свое» от «чужого», «верное», от «неверного», «праведное» от «неправедное», «зло от добра», тем самым сплотив вокруг себя некоторый коллектив. Не случайно Тойнби считал религию *пред-идеологией*. Именно тогда, когда идеологический код становится тотальным учреждением различия и когда само это различие становится государственным законом, мы наблюдаем явление «экстериоризации идеологического кода». При этом сам

¹⁴ М. Фуко, *История безумия в классическую эпоху*. – СПб.: Университетская книга, 1997. С. 424.

¹⁵ У. Эко, *Отсутствующая структура: введение в семиологию*. – СПб., 1998. С.65.

код, как закон, тотально конституирующий различие, предполагает фактическую институциональность своего источника – отсюда и второе следствие экстерииоризации идеологического кода – *институализация источника кода*. Наиболее явным образом такого рода институализация проявила себя в Советском Союзе, где источником кода – «идеологии социализма как борьбы пролетариата» – стала Партия и официальный государственный идеологический аппарат.

В чём же основная причина «экстерииоризации идеологического кода»? С точки зрения теории «идеологической коммуникации», она заключается в рассогласованности адресата и адресанта «идеологической коммуникации». Политическая наука называет этот феномен «кризисом легитимности»: «в период радикальных социально-экономических изменений, как правило, наступает кризис законности власти. Старый режим уже утратил легитимность, а новый ее еще не приобрел. Положение нового режима во многом зависит от того, каким способом он попытается утвердить свою легитимность. Среди трех выделенных М. Вебером «чистых» способов легитимности власти – традиционного, харизматического и легального – приходится выбирать из двух последних».¹⁶ Таким образом, идеология в своём институализированном, государственном виде – это всегда *метаязык кризиса легитимности государственной власти*.

С точки зрения данной концепции, «экстерииоризация кода» является в некотором роде попыткой усиления кода властью, когда иные способы идеологической кодификации либо десакрализованы, либо неэффективны. Так, феномен «экстерииоризации кода» напоминает реакцию ребёнка, который вынужден повысить голос до крика, для того, чтобы взрослые, занятые своими делами, обратили на него внимание. Как отмечал российский исследователь С. Кара-Мурза, «воздействие на человека религии или «пропаганды» в так называемых идеократических обществах, каким были, например, царская Россия и СССР, отличаются от манипуляции своими главными родовыми признаками.... Их обращение к людям не просто не скрывается, оно громогласно».¹⁷ Исходя из этого, можно вывести следующий закон идеологической кодификации – *закон прозрачности*

¹⁶ Политология. Учебник / Под ред. Проф. С.В. Решетникова, Мн.: ТетраСистемс, 2001. С. 103.

¹⁷ С.Г. Кара-Мурза, *Манипуляция сознанием* [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.kara-murza.ru/books/> - Дата доступа: 02.02.2007.

идеологического кода. Иными словами, идеологический код функционирует только вне массового сознания. При этом *если код не работает – он переходит в закон*. Таким образом, в период кризиса легитимности государственная власть может либо выбрать новые коды, отказавшись от старых, либо попытаться усилить действие кода, экстерниоризовав его, то есть выдвинув код(ы) в качестве официального предписания или закона. Поэтому только тогда, когда государственная власть способна варьировать, идти на компромисс, а значит, разрабатывать и избирать новые идеологические коды, при этом умея отказываться от неэффективных, может идти речь о реальной легитимности самой власти, способной к гармоничной идеологической коммуникации. Таким образом, идеологическая коммуникация в своём гармоничном виде обеспечивает, во-первых, *легализацию власти* посредством, во-вторых, *трансляции идеологической информации* в пространство массовой коммуникации *через идеологический код*, для, в-третьих, *интеграции между политической системой и народом (обществом)*, что способствует, в-пятых, *самоидентификации национальной или социальной группы* как воображаемого единства – «народа» в единстве ассоциировании себя в качестве источника самой власти, что ведёт, в-шестых, к *легитимации власти и гармоничному функционированию идеологического кода*, транслируемого самим народом, в-седьмых, для *создания института власти*. Как видим, в результате получается замкнутая система идеологической коммуникации, в которой политическая власть, выступая в роли источника собственной легализации – идеологического кода, вынуждена транслировать идеологический код для полноценной самоидентификации народа посредством идеологического кода в качестве источника легитимации политической власти для порождения политической власти. Возможно, не случайно, как писал Э. Балибар, «...воображаемое, вписанное таким образом в реальное, – это воображаемое «народа»... Это воображаемое сообщество, которое заранее узнает себя в государственном институте, которое признает его «своим» по отношению к другим»... ведь «только воображаемые сообщества, в зависимости от обстоятельств, являются реальными»¹⁸.

¹⁸ Э. Балибар, И. Валлерстайн, *Раса, нация, класс. Двусмысленные идентичности*. – М.: Издательство "Логос", 2004. С.111.

Summary

The article deals with the analysis of basic philosophical and methodological sides (approaches) and interpretational models of ideology and ideological communication phenomena as essential parts of political authority. The authors analyze primary correlation mechanisms of authority legitimation, ideological code exteriorization, political identification of national or social group, political system and society integration in political and social spheres.