

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС В ЗЕРКАЛЕ ПУБЛИЧНОГО ДИСКУРСА, ИЛИ ПОЧЕМУ ЗЕРКАЛО РИСУЕТ НАС

И.В. Николаев

Южный федеральный университет

В начале XXI века мировое сообщество в очередной раз столкнулось с явлением глобального экономического кризиса, угрожающего разрушить всю мировую экономическую систему. Экономический кризис затрагивает материальное состояние общества, ограничивая возможность индивидов удовлетворять свои потребности. Это могут быть, в соответствии с пирамидой потребностей А. Маслоу, базовые потребности у низших слоев населения, или потребности в уважении и самореализации у элит. Такая тенденция вызывает ответную реакцию, выражаемую в нарастании в обществе конфликтогенности, усилении негативного отношения к власти и бизнес-сообществам, от которых существенно зависит экономическая ситуация в стране. В первую очередь, настроения общества отображаются в публичном экономическом дискурсе, ассоциированными акторами которого являются все, кто говорит об экономическом кризисе, находясь в реальной или виртуальной группе. Эта работа раскрывает проблемы соотношения публичного экономического дискурса и реальности. Основным предметом является рассмотрение дискурса как индикатора экономического кризиса, а также то, какова роль дискурса в его конструировании.

В качестве объекта исследования предлагается подструктура публичного экономического дискурса – экономический интернет-дискурс. Учитывая сомнительную репрезентативность такого объекта, имеющего ограниченную (хоть и размытую, не обладающую четкими границами) аудиторию, отметим, что выводы, полученные в этом исследовании, не могут быть исключительно достоверными. Однако количество пользователей интернета позволяет нам предполагать возможность экстраполяции результатов на все российское общество¹. Так, по данным ВЦИОМ, в России на ноябрь 2008 года ежедневно пользуются сетью 11 % населения, а в целом обращаются к интернету с разной частотой – 35 % [7].

¹ Следует отметить, что в данной работе под «российским сегментом интернета» подразумевается русскоговорящее пространство сети, так как оно находится в неограниченном доступе для российских пользователей и в значительной степени выполняет те же функции, что и внутрироссийское.

Симптоматично, что интернет имеет двойное предназначение. С одной стороны, он является средством массовой информации, с другой – площадкой для межличностной коммуникации. В итоге: в отличие от СМИ, Интернет не имеет четко определенных авторов, объединенных корпоративными целями; смещает поляризацию адресант/адресат. Важно так же, что масштаб сети не позволяет выработать эффективных методов контроля над ней. Однако интернет является источником информации, позволяет отслеживать события в реальном времени, а также может выступать в качестве средства манипуляции. Таким образом, Интернет – уникальное социальное явление, неоднороден по своему внутреннему содержанию, но выступает целостным феноменом информационного общества. Такие характеристики обуславливают актуальность и целесообразность анализа экономического и политического интернет-дискурса. При этом исследование может проходить в двух плоскостях, в основе которых взята либо доминанта СМИ, либо доминанта пространства межличностной коммуникации.

Приступая к работе, разъясним некоторые специфические черты публичного дискурса и уточним определение терминов. Словосочетание «экономический кризис» здесь не может быть употреблено в полном смысле экономического научного термина. Публичный дискурс – это дискурс профанов, в массе своей не разбирающихся в профессиональных темах. Интерпретация терминов значительно отличается от искомой трактовки экономистов. Кроме того, концепт «экономический кризис» не имеет конкретных эмпирических референтов. Максимально возможное отражение в объектах материального мира (в противоположность миру идей и слов) кризис получает в текстах документов, фиксирующих регрессионные тенденции экономики. Однако эти тексты практически недоступны большинству общества. Причинами тому является, во-первых, ограниченное распространение экономических документов, во-вторых, профессиональный экономический жаргон. Без его понимания невозможно восприятие экономической информации. В то же время освоение экономического языка для большинства населения сопряжено с высокими издержками. Поэтому по аналогии с дискурсом о власти, о котором писал К.Е. Петров [см. 25], публичный экономический кризис наводнен некомпетентными объяснениями и в массе своей неадекватными мнениями, воспринятыми из журналистских публикаций. Для массового сознания граждан экономический кризис абстрактен и неосознаем. Экономический кризис остается вне пространства рефлексии акторов публичного дискурса. А.Б. Борисов определяет термин «экономический кризис» как «резкое ухудшение экономического состояния страны, проявляющееся в значительном спаде производства, нарушении сложившихся производственных связей, банкротстве предприятий, росте безработицы, и в итоге – в снижении жизненного уровня, благосостояния населения» [6; с 895].

Необходимо пояснить значение термина «дискурс». В современной научной и публицистической сфере это модное слово употребляется во всех воз-

можных смыслах, в уместном и неуместном контексте. Непосредственно в данной работе рассуждение основано на определении дискурса как видового понятия по отношению к языку, т.е. это часть языка, ориентированная на обсуждение данного участка коммуникации, включающего ситуативный и культурный контекст, создаваемые в данный момент и уже созданные тексты [см 33; с 16]. «Речь, «погруженная в жизнь» [2; с 137], – такой метафорой лаконично определила дискурс Н.Д. Арутюнова. Дискурс – это коммуникативное событие, обладающее исторической (ситуативной) уникальностью, он состоит из реальных, жизненных событий. Таким образом, язык состоит из множества дискурсов, следовательно, справедливо говорить о публичном дискурсе, отражающем экономические процессы.

Далее экономический интернет-дискурс будет рассмотрен с двух позиций. В соответствии с первой – интернет трактуется как пространство межличностной коммуникации. Вторая же видит интернет в качестве средства массовой информации. Соответственно, в первом случае предметом исследования будут формы отражения экономического кризиса в интернет-дискурсе. Во втором исследовании предмет – дискурсивные способы конструирования экономического кризиса, используемые в интернете как СМИ.

Зеркало отражает...

Дискурс – это динамическая система, именно изменения в семантике, синтактике и прагматике публичного дискурса являются реакцией на события экономического кризиса. «То, как люди видят мир, определяет то, как они о нем говорят, а то, как люди видят мир, определяется их эмоциями. Осмысление любого события, факта начинается с чувствования» [32; с 523]. На психологическом уровне в публичном дискурсе появляется стихийное явление языковых игр – способ выражения недовольства через иронию и сарказм. Он проявляется во включении в коммуникативную сферу неологизмов, псевдопоговорок и афоризмов.

Человеческое восприятие мира чрезвычайно избирательно. Повседневные события, повторяющиеся периодически, не становятся коммуникативным поводом. Прежде всего, человек «замечает аномальные явления, поскольку они всегда отделены от среды обитания. Непорядок информативен уже тем, что не сливается с фоном» [1]. Языковая игра – яркий пример аномалии в речи. Своей уникальностью она привлекает внимание, создавая живое коммуникативное событие, стимулируя обсуждение. В этом свойстве языковой игры кроется потенциал использования ее в манипулятивных технологиях.

Рассмотрим следующие примеры проявлений языковых игр, появившиеся в Интернете за последние несколько месяцев как реакция на экономический кризис. Так, американская валюта на Интернет-форумах получает такие имена, как «виртуальные бумажки» и «долляр» [24]. А в предложении афористическо-

го характера «Спекули прогнозно вкладываются в товары»[8] автор акцентирует внимание на необоснованном статусе доллара, и соответственно, выражает скептический взгляд на всю мировую экономическую систему, основанную на долларе. Средствами оценки сложившейся ситуации служат такие слова и выражения, как «стабилизец», «Запад крахнул сам себя!» [24], «Штатам устроили темную» [8]. Характерным для феномена языковых игр является искажение имен и фамилий политических деятелей. Например, Зюганов, предложивший переход к модели социализма в качестве решения проблем мирового экономического кризиса, получил имя «Зюгавно» [13], то ли в результате опечатки, то ли злого умысла автора.

Отметим, что информацию, получаемую из Интернета, следует подвергать тщательной фильтрации. Так, использование в отношении власти и бизнеса нецензурной лексики, что не редкость в мировой сети, не может считаться проявлением языковых игр. Языковые игры – это латентное сопротивление, недовольство, никогда не институционализируемое, находится на границе нарушения формальных норм языка, однако не выходит за рамки речевой нормы, т.е. допустимой в обществе языковой практики. Нецензурная, нелитературная лексика, в свою очередь, подвергается критике и не допускается в качестве знаковой системы коммуникации. Языковые нормы могут быть внутренними правилами (грамматические) и нормами использования языка в обществе, т.е. этическими. Языковая игра, как правило, нарушает только внутренние нормы, не выходя за рамки этики.

В частности языковые игры находят свое выражение в анекдотах, по которым можно отслеживать реакцию общества на происходящие события. Рассмотрим некоторые из них. Например:

«Идет Мировой Финансовый кризис, большой такой в слегка помятом фраке, а на встречу ему маленький такой в лаптях русский финансовый кризис...» [28].

Анекдот – это результат индивидуального творчества, вышедший за границы частного дискурса и потерявший связь со своим искомым автором. По мнению одного из ведущих специалистов в политической психологии Ольшанского Д.В., «анекдот спонтанно складывается в массовом обыденном сознании, отражая соответствующее восприятие политики населением» [21; с 22]. Получая распространение, он *de facto* признается хотя бы частично соответствующим реальности. Известный афоризм гласит: «В каждой шутке есть только доля шутки!». Так и анекдот помещает действительное явление (экономическое или политическое) в нереальную, вымышленную ситуацию, и чем более смехотворна ситуация, тем опаснее анекдот для своего прототипа (власти или финансовых элит). Таким способом общество или отдельные его элементы выражают недовольство, выступая виртуальной оппозицией. Ирония в массовом масштабе – это наивысшая степень проявления обществом скепсиса в отношении к жизни.

Так, например, следующий анекдот семантически и символически нагружен и обращается ко многим явлениям российской политической ментальности:

«После доклада министра финансов Медведев долго сидит один, потом встает, подходит к древней иконе, еще из запасов Ивана Грозного, и говорит:

- Боже, у меня к тебе только одна просьба: сделай как можно быстрее так, чтобы в Америке с этим финансовым кризисом все утряслось!

Внезапно вся комната озаряется ярким светом и сверху раздается Голос:

- Сын мой, выражайся яснее – девять баллов по всей территории и контрольные десять в Вашингтоне тебя устроят?» [28].

Приведенный анекдот признает отсутствие у российских властей иных способов урегулирования кризиса, кроме как обращение к Всевышнему. Неслучайно здесь и упоминание Ивана Грозного, ассоциируемого в России с твердым, жестоким политическим курсом. Сюжетная линия и антитеза вариантов решения проблемы, предложенных «Медведевым» и «Голосом», отражает двойственность российской политики, находящейся в двойной привязке, ситуации *double bind* [см 26]. С одной стороны, она в экономическом плане заинтересована в завершении кризиса в США, а с другой – закреплена мифом врага в лице Америки, который остался тяжелым наследием со времен «холодной войны» и до сих пор поддерживается властными кругами российского общества. Примечательно также, что Бог принимает сторону Медведева и готов нанести вред США. Таким приемом высмеивается мессианская идея богоизбранности, господствующая в российском общественном сознании и в формирующейся идеологии.

Политические анекдоты не могут рассматриваться в качестве абсолютно достоверных индикаторов общественного восприятия кризиса. Первоначальный источник анекдота неизвестен, им может быть сторона, заинтересованная в провокации или высмеивании оппонента. По тому же критерию можно усомниться в любом дискурсивном проявлении проблемы.

Одними из таких проявлений являются иронические стихи, которыми пестрит Интернет. Стих – это особый тип художественной речи, организованной в строгий ритмичный порядок. Процесс художественного творчества в самом общем виде есть перевод информации на язык образов и ассоциаций, что в свою очередь упрощает ее, облегчает восприятие и поиск адекватной реакции. Обратимся к примеру:

Снова кризис нас мучит ночами,
Колченогий, лохматый, босой,
С полотняным мешком за плечами
И наточенной остро косою. [3]

В данном отрывке прослеживаются следующие изобразительные средства: персонификация кризиса, который получает возможность действовать как одушевленное существо; наличие негативных эпитетов («колченогий, лохматый, босой»), возникают символы мешка и косы, отрицательно воспринимаемые в данном контексте. Таким образом, основная мысль данного отрывка – показать опасность кризиса. Упрощение сложного для восприятия явления – характерная особенность публичного дискурса. Такие стихи служат цели облегчения понимания экономического кризиса, сводя его до чувственно воспринимаемых элементов.

Такое социальное явление как слухи также может быть реакцией на экономический кризис, а именно на недостаточность информации о нем. Но здесь следует отметить специфику распространения слухов в интернете. Исходя из определения Д.В. Ольшанского, слухи – это «особая, обычно недостоверная информация (...), передающаяся исключительно в устной форме» [21; с 463]. Однако для информационного общества это определение устарело и не отражает существующей ситуации. Интернет-сообщество ограничено в возможности устной речевой деятельности. Пользователям доступен в основном только текстовый формат коммуникации, который, однако, не ограничивает их в процессе распространения слухов. Поэтому считаем правомерным говорить о слухах в интернете.

Слухи как одно из средств массовой коммуникации «служит ориентации в проблемной ситуации, когда нет других источников информации. Слухи оказывают большое влияние на формирование общественного мнения благодаря обсуждению в малых частных группах» [18]. Интернет дает возможность общения (в том числе конфиденциального) между друзьями, коллегами, в семье, т.е. в малых группах (E-mail, ICQ, ВКонтакте, Одноклассники и др.), что является плодотворной почвой для распространения слухов. Основными причинами слухов являются преднамеренные действия политиков, недостаток точной информации, деятельность СМИ, активность людей по интерпретации событий, недоверие к политикам, напряженная обстановка в стране, неудовлетворенность жизнью [см 23]. Поэтому события экономического кризиса, получившие свое проявление в снижении уровня жизни населения, стали поводом для слухов.

В конце 2008 года были широко распространены общенациональные слухи о грядущем дефолте российской экономики. Бытовала идея о скорой девальвации рубля. Расхожим мнением была мысль о приближающейся деноминации российской национальной валюты, некоторые сайты даже предоставляли варианты внешнего вида будущих российских денег [см 20].

Рассматривая интернет как средство массовой коммуникации, можно наблюдать, что пользователи активно реагируют на события экономического кризиса. При этом их деятельность основывается скорее на психологических аспектах восприятия окружающей информации, чем на рациональных. Так слухи

опираются на самые яркие человеческие чувства радости и страха, которые могут затронуть каждого человека, тем самым стимулируя его на распространение этого слуха. Анекдоты, языковые игры, иронические стихи рождаются из психической сферы ассоциаций и образов. Таким образом, экономический кризис в российском обществе – во многом из-за недостатка точной верифицируемой информации – получает свое проявление в публичном экономическом интернет-дискурсе.

Зеркало рисует...

Рассмотренные до этого явления отображают только одну сторону проблемы взаимосвязи реалий мирового экономического кризиса и публичного дискурса и сводятся к влиянию личности или группы на дискурс путем человеческой познавательной и объяснительной деятельности. Эта плоскость взаимоотношения дискурса и факта находится на поверхности и не заслуживает пристального внимания. Другой аспект проблемы – сфера влияния публичного дискурса на наше понимание фактов. В этом разделе мы рассмотрим противоположные процессы, а именно то, как публичный дискурс конструирует реальность, какими способами и с помощью каких механизмов осуществляется такое влияние. Закономерно, что рассматривать эту проблему нельзя, не касаясь средств массовой информации, которые в современном информационном обществе приобрели значительное влияние на картину мира обывателей. Вначале рассмотрим общие принципы взаимоотношения дискурса и представления людей о реальности.

Использованная в названии метафора зеркала очень удачно символизирует взаимоотношения дискурс/реальность. Зеркало – это не только стеклянная отражающая поверхность, но и важный элемент для самоутверждения и самокритики человека. Смотря на свое отражение, человек соотносит его со стереотипическими представлениями, по принципу: человеку с такой внешностью подходит такой-то тип характера. Впоследствии, исходя из этого суждения, он корректирует свое поведение. Зеркало не только отражает, но и рисует нас, добавляя новые и стирая старые элементы. Таким же образом действует и дискурс. Мы являемся его источником (так же как и изображения в зеркале), но и он, получив собственную жизнь в текстах, поведенческих фреймах, устоявшихся выражениях, неологизмах, ставших нормой, влияет на наши когнитивные способности.

Ракурс первый: стереотипы

Обращаясь к теории языковой относительности Сепира-Уорфа, можно говорить о том, что люди воспринимают лексические единицы не адекватно предметам и явлениям, которые они означают. Дискурс представляется прокрусто-

вым ложем нашего сознания, ограничивающим и формирующим его. Б.Л. Уорф утверждал, что существует значительное «влияние языка на различные виды деятельности людей не столько в особых случаях употребления языка, сколько в его постоянно действующих общих законах и в повседневной оценке им тех или иных явлений» [31]. Существенным оказывается не физическое, реально существующее обстоятельство, а сложившееся языковое представление о конкретных словах и выражениях².

В российских реалиях экономического кризиса можно говорить о неадекватной оценке таких экономических понятий, как девальвация и деноминация. Если среди широких масс населения эти термины трактуются только отрицательно, то экономическая теория не так категорична. В сознании людей свежи воспоминания о кризисе 1998 года, оставившем негативное стереотипное представление о девальвации и деноминации. Эти понятия ассоциируются с крахом национальной валюты и экономики, в то время как в экономике эти явления выступают в качестве форм государственных экономических реформ, нацеленных на нормализацию экономической ситуации. При «так называемой открытой девальвации правительство превращает ее в средство укрепления своей валюты путем изъятия из обращения части денежной массы или обмена обесценившихся денег. (...) В условиях обострения борьбы за рынки девальвация используется в интересах поощрения экспорта и сокращения импорта» [27; с 88]. Таким образом, в общественном мнении преобладают представления о возможных рисках проведения девальвации и нивелируется значение ее положительного потенциала. Даже несмотря на доступность в интернете базовых знаний экономики, пользователи редко утруждают себя изучением понятийного аппарата. В итоге виртуальное общение в сети превращается в обмен экономическими стереотипами. Как писал Ч.Х. Кули, наши личные представления – «результат нашего опыта общения со всеми людьми, которых мы знали, и суть лишь особый аспект нашего представления о человечестве» [15, с 95]. Наше мнение не есть плод индивидуальных мыслительных процессов; каждый человек в течение всей своей жизни в той или иной степени занимается повседневным плагиатом, беря на вооружение чужие мнения и принятые трактовки, а это прямой путь к стереотипизации дискурса.

Аналогичные стереотипные представления прослеживаются в суждениях о деноминации. Это понятие определяется как «укрупнение денежной единицы страны без изменения ее наименования, проводимое в целях облегчения денежного обращения и придания большей полноценности деньгам» [27; с 95]. Любое масштабное действие в экономике сопряжено с рисками, однако реформы и активные действия несут с собой и новый толчок развития страны. Можно констатировать, что в российском обществе господствуют стереотипы риска и возможных негативных последствий. Экономические страхи населения можно

² Классический пример автора: видя надпись «empty gasoline drums» (пустые бензиновые цистерны), люди ведут себя свободно, курят, не осознавая, что внутри цистерн остаются горючие испарения, еще более взрывоопасные, чем сам бензин [см 31].

подвести к ментальному стереотипу опасности изменений и всего нового, который во многом определяет политическую пассивность российского общества. Отметим, однако, что Интернет остается пока единственной отдушиной для свободомыслящих и активных людей и в отличие от традиционных каналов массовой информации не попал под тотальное влияние государства или других институтов. Аудиторию российского сегмента мировой сети составляют в основном либо люди, по профессиональным обязанностям вынужденные обращаться к интернету, либо представители молодежи – публика традиционно критически настроенная. Поэтому в интернете широко распространены альтернативные (или даже одиозные) взгляды на пути выхода России из экономического кризиса.

Полярность взглядов в свою очередь не есть показатель свободы пользователей от стереотипов. Различия позиций зависит только от выбранной человеком системы стереотипов: он может быть коммунистом и верить в идею справедливого социалистического труда, или либералом – и преклоняться перед идолом конкуренции. В связи с этим У. Липпман писал, что в современном обществе, отличающемся масштабностью, явления, идеи и концепции не могут быть восприняты непосредственно. «Между человеком и его средой располагается некая псевдосреда. Поведение человека является реакцией именно на эту псевдосреду. Последствия этой реакции, собственно действия людей, происходят уже в реальной среде» [17; с 38]. Эту псевдосреду составляют не реальные знания человека о реальности, а представления о ней, то есть те самые стереотипы, которые создают упрощенную модель сложного и многогранного мира. Уже упоминался российский стереотип опасности нововведений. Тесно связано с ним стереотипное представление о том, что все экономические проблемы в стране должны решаться государством. Стремление в момент риска переложить всю ответственность на вышестоящие социальные слои проявляется в отсутствии активной рациональной реакции населения на экономический кризис и в ожидании «указания сверху».

Ракурс второй: метафоры

Стереотипы служат упрощению социально-политической реальности, аналогичную функцию может выполнять и метафора. В частности, «мертвые», общепризнанные метафоры представляют собой готовые клише, имеющие устоявшийся смысл. Например, метафора политического пространства как рынка. Существует общемировая тенденция взаимного переноса образов из экономики в политику и наоборот. Учитывая, что демократия в общественном мнении не мыслится без рыночной экономики, комплекс экономико-политических метафор («политический рынок», «политическая конкуренция», «кредит доверия», «голосовать рублем», «суверенитет потребителя» и др.) служит цели легитимации существования как политического режима, так и экономической си-

стемы. Такие метафоры по своему функциональному наполнению приближаются к стереотипам.

Интернет-дискурс наполнен также устоявшимися метафорами, основанными на пространственных и перцептивных свойствах предмета. К таковым можно причислить «высокий/низкий валютный курс», «жесткая/гибкая экономическая политика», «взлет/падение цен». Такие метафоры М. Осборн относит к архетипичным, среди которых метафоры, обращающиеся к универсальным для любой культуры явлениям. Исследователь так же формулирует законы функционирования и использования архетипичных метафор в сфере политической коммуникации [37; p 116], которые в полной мере справедливы для экономического дискурса. Среди постулатов Осборна следует выделить два, гласящие о тотальном действии архетипичных метафор на общество и о том, что они затрагивают глубинные потребности и мотивации реципиентов, тем самым создавая импульс к активной деятельности. Классическим примером в этом случае будет «ускорение» времен «перестройки», которое служило идеологическим мобилизационным инструментом. Однако эта метафора тиражировалась и выделялась как основная, в то время как основная масса архетипичных метафор остается незамеченной даже коммуникатором.

Архетипичные метафоры закрепились в языке, практически став его нормой. Мы не задумываемся над словами, «выводя из тени» свои доходы или становясь на «путь экономических реформ», а «мочить в сортире», «шакалить у иностранных посольств» или «кошмарить бизнес» вызывает у нас только легкое дуновение мыслительных процессов, кончающееся ассоциациями с личностью авторитета: В.В. Путина и Д.А. Медведева соответственно. Это, в свою очередь, только усиливает свойство метафоры исказить реальность. «Концептуальные метафоры не только конституируют систему понятий человека, но и участвуют в формировании его ценностной системы» [22]. Так метафора «отток капитала» акцентирует внимание на процессе движения финансовых средств в направлении зарубежья. Однако она не конкретизирует, какого характера эти капиталы. Ими могут быть и отмываемые за границей криминальные деньги, и долговые платежи, и плата по торговым договорам с иностранными поставщиками. Эта метафора фиксирует только негативную сторону движения средств, создает неодобрительное отношение к стремлению хранить деньги в иностранных банках и т.п. Несмотря на то, что эта позиция тиражируется в дискурсе власти, с ее стороны мы наблюдаем абсолютно противоположные действия, в первую очередь, речь идет о размещении значительной части стабилизационного фонда в зарубежных активах.

Наряду с устоявшимися метафорами, существуют также неинституализированные. Они новы и только потенциально могут быть взяты в комплекс языковых средств упрощения реальности. Именно их имеет в виду Н.Д. Арутюнова, говоря, что метафора – это «победа над языком» [1]. К примеру, министр финансов России А.Кудрин в интервью телеканалу «Россия» 14 февраля 2009

года сравнил страну во время экономического кризиса с больным человеческим организмом, а антикризисные меры с таблеткой, упоминая при этом, что следует помнить о дозировке [14]. Такие метафоры преодолевают ограничивающие языковые нормы за счет поиска новых комбинаций смыслов лексических единиц.

Самым эффективным институтом по продуцированию и тиражированию политических метафор являются, несомненно, средства массовой информации. Так следующие примеры, принадлежащие перу Т.Канищевой, мы находим в Российской газете от 16 февраля 2009 года [11]³. Метафора заявлена уже в заглавии: «Восьмерка» замкнулась». Такое выражение не однозначно и заставляет читателя задуматься над содержанием статьи. Метафора мобилизует и акцентирует внимание, т.е. ограничивает восприятия целостного образа мира. В статье используются уже устоявшиеся метафоры: «суд общественности», «ответить кошельком», «войти в кризис / выйти из кризиса». Среди прочего Канищева прибегает к традиционной метафоре огня. Она пишет, что американские антикризисные меры «несколько притушили пожар, но угольки на пепелище продолжают тлеть и готовы разгореться в любой момент» [11]. Такой художественный ход помогает автору упростить экономический язык статьи, приблизить его к обывателю, придать образности.

Примечателен пример, взятый из иронического стихотворения на одном из сайтов Рунета:

«- Что же из этого следует? – Да не вопрос!
И не такое – вы вспомните – переживали.
- Вы полагаете, надо стреляться? – Едва ли,
Я полагаю, что надо забить на психоз» [5].

Налицо перенос понятий двух сюжетов, находящихся в разных плоскостях реальности: самоубийства и экономического кризиса. Беседа двух действующих лиц построена на антитезе оптимизм/пессимизм, а метафора служит здесь только эмоциональной иллюстрацией для придания жизненности тексту, по сути, успокаивающему кризисную истерию.

Существование метафоры в языке, как пишут Дж. Лакофф и М. Джонсон, невозможно без наличия метафорического понятия в сознании. В тоже время «метафорическое понятие может мешать сосредоточиться на других аспектах этого понятия, несовместимых с соответствующей метафорой» [16, с 392]. Поэтому справедливо говорить о конструирующих функциях метафоры, о том, что с ее помощью индивид и общество могут прийти к заблуждению и неадекватно реагировать на реалии окружающей действительности, в частности, на события экономического кризиса.

³ Несмотря на то, что «Российская газета» – это печатное средство массовой информации, считаем правомочным рассмотреть ее материалы в качестве примера интернет-дискурса, т.к. «Российская газета» имеет официальный сайт, и все публикуемые материалы доступны в электронном виде.

Ракурс третий: символы

Политические метафоры, мифы, даже стереотипы в большинстве своем соотнесены с основополагающим явлением сознания – символом. «К сущности символа относится то, что никогда не является прямой данностью вещи, или действительности, но ее *заданностью*, не самой вещью, или действительностью, как порождением, но ее *порождающим принципом*, не ее предложением, но ее *предположением*, ее полаганием» [19, с 9]. Это определение А.Ф. Лосева отсылает нас к функциям символа, актуальным в контексте рассматриваемой темы. Символ конструирует реальность, при этом он не имеет предельно конкретного смысла, а является неким обобщением. Символ может рассматриваться как знак, но не сводится только к форме номината. Между знаком и означаемым располагается пропасть человеческих представлений – липпмановская «псевдосреда». Однако не все представления символичны. К.Г. Юнг выдвинул следующий критерий: «... слово и изображение символичны, если они подразумевают нечто большее, чем их очевидное и непосредственное значение. Они имеют более широкий «бессознательный аспект, который всякий раз точно не определен или объяснить его нельзя» [36, с 116-117].

Символ – это синтез объекта реального мира и представлений о нем. Материальный знак актуализирует символ, который несет в себе некоторый иррациональный элемент – эмоционально окрашенные мнения, неадекватные суждения, что позволяет использовать символы в политических целях, в рамках идеологии и пропаганды. Интернет открывает просторы для визуальных символов, которые фиксируются в области бессознательного при многократном повторении. Дисперсное распределение важной с точки зрения манипулятора информации обеспечивает необходимую частотность появления тех или иных образов или сообщений, а также эффект случайно найденной информации. Последний служит для информирования тех, кто целенаправленно не искал таких сообщений, в этом случае визуальные символы акцентируют внимание пользователя, заставляют задержать взгляд. К примеру, в период экономического кризиса огромное значение имеют действия Центрального Банка РФ. Это обусловило и символизацию изображения здания этого учреждения. Не трудно предположить, что деятельность Банка во время кризиса должна быть активной, если не сказать, лихорадочной. Но символ здания ЦБ РФ олицетворяет спокойствие и размеренность: СМИ транслируют только фотографию здания «без признаков жизни». Нет наглядной рабочей обстановки, нет движения у входа, только желтые стены, окна и чистое небо над крышей. Такой явно навязываемый символ имеет целью поддержание статус-кво, недопущение беспокойств и волнений. Таким символическим языком правительство говорит, что все под контролем.

Еще в 1999 году результаты социологического опроса З.В. Сикевич выявили, что современность в сознании россиян представляется временем экономики и свободы [29]. Десять лет спустя ситуация возвращается на круги своя. Кризис вынудил властные элиты и широкую массу аудитории вернуться к активному обсуждению экономических проблем после периода нарастания авторитарных тенденций. В этой связи своевременно рассмотреть вопрос о словах-символах времен правления Путина и Медведева. Путин в самом начале своего президентства заявил курс на стабилизацию. Именно слова «стабильность», «диверсификация», «транспарентность» стали символами первых лет XXI века. «Упорядоченность течения современного бытия воспринимается людьми как нечто само собой разумеющееся лишь благодаря символическому единству среды» [29]. Несмотря на наличие экономических ресурсов, чему способствовала удачная конъюнктура на рынке углеводородов, символы развития, реформ и преобразований не получили значения в дискурсе власти. Не случайно, российское правительство сформировало «стабилизационный фонд», а не «фонд будущих поколений». Приверженность символам стабильности была необходима обществу после «лихих 90-х», но на современном этапе только закрепощает развитие общества. В период экономического кризиса символы стабильности рискуют превратиться в символы стагнации.

Попытки власти ввести в оборот новые символы пока не увенчались успехом. Так, например, словосочетание «антикризисные меры», которое активно внедряется в дискурс власти и СМИ не может стать символическим, так как не подкреплено реальными эффективными действиями, заметными на уровне пользователей интернет-дискурса. Оно семантически пусто. Российские власти ищут пути спрятаться за словами, за формой, не предоставляя обществу содержания своей политики. Обсуждение кризиса сводится к обмену штампами, бессмысленными терминами, не имеющими реального подтекста.

Символы относят реципиента к обобщениям. Так слово-символ «стабильность» подкрепляется множеством идей, стремлений, менее значимых символов и других дискурсивных политических средств. За ним можно узреть и надежность банковских вкладов, и гарантию права на труд и вознаграждение, и перспективу развития. Этот символ выступает как цель, как образ «светлого будущего» и, соответственно, как способ мобилизации и умиротворения. Он отрицает резкие перемены, а следовательно, революции, забастовки, пикеты и прописывает ценность мирной трудовой деятельности. Таким образом, власть через символическую политику создает приемлемую реальность для своего существования. Однако в связи с кризисом символы путинского времени переживают не лучшие времена, их кредит доверия падает, в то время как новые символы еще находятся на стадии формирования.

В контексте экономического кризиса в российском обществе искажено восприятие главного человека-символа – «национального лидера» (в терминах партии власти) В.В. Путина, при этом символ (представление о нем в сознании

общества) более функционален, чем означаемое. Многие российские символы теряют способность выполнять свои функции, реализация которых непосредственно связана с созданием «упорядоченной повседневности» [29], с конструированием мира, окружающего носителей символов. Не умаляя их позитивного влияния (облегчение коммуникации, интеграция, снижение конфликтности), можем судить, что символы часто приводят к неадекватному восприятию явлений действительности, и экономического кризиса в том числе.

Ракурс четвертый: мифы

Социальные символы могут стать ресурсами для возникновения мифов. Миф – это во многом развернутый символ, представленный нарративно. «Миф – это коммуникативная система, сообщение, следовательно, миф не может быть вещью, конвенцией или идеей, он представляет собой один из способов означивания, миф – это форма» [4, с 72]. Миф – как система зеркал в оптическом микроскопе, с помощью которого мы можем видеть малейшую часть объекта, находящегося под ним, в то же время остальная часть останется необозримой. Так, Г. Шиллер, несколько утрируя понятие мифа, приводит пять мифологических сюжетов, на которых, по его мнению, покоится демократическая политическая система с господством рыночной экономики [34]. Справедливо, на наш взгляд, экстраполировать их на российское общество, так как Россия встала на путь построения демократии. К тому же от «качества» демократии не зависит существование мифов демократии, они сами создают ее или ее видимость. Попробуем рассмотреть шиллеровскую концепцию на российских случаях.

1. Миф о нейтралитете основных социальных институтов. Российские законы декларируют независимость такого рода институтов; средства массовой информации, в свою очередь, поддерживают дискурс нормативных актов, проводятся независимые экспертизы, расследования и т.п. «Для достижения наибольшего успеха, – пишет Г.Шиллер, – манипуляция должна оставаться незаметной. Успех манипуляции гарантирован, когда манипулируемый верит, что все происходящее естественно и неизбежно» [34, с 27]. Проводя показательную борьбу с коррупцией, высшие эшелоны власти защищают себя от обвинений в преступных корпоративных связях: абсурдно обвинять кого-то в том, против чего он борется. Таким образом, в России искусственно создается представление об отсутствии коррупционных связей власти, в то время как именно они приносят значительный разлад в экономическую систему и в тандеме с резкими потрясениями рынка могут стать поводом к спаду или стагнации развития.

2. Миф о плюрализме средств массовой информации. Несмотря на ничтожное количество общедоступных средств массовой информации в России, этот миф бытует в публичном дискурсе, скрываясь за обвинениями тех или иных агентств в ангажированности.

3. Миф об индивидуализме и личном выборе. Этот тезис Шиллера наиболее противоречив при экстраполяции его на российские реалии. Этот миф активно навязывался элитой в 90-е годы и был воспринят несколько гипертрофированно, что вызвало разгул преступности и аморального поведения. С возникновением курса на «суверенную демократию», предполагающую режим мягкого авторитаризма, стал преобладать миф (способ осмысления) коллективизма. Можно предположить, что мы являемся свидетелями борьбы двух концепций за господство. Логично, что в период экономического кризиса в стране с рыночной системой возобладает миф индивидуализма, т.к. либеральное капиталистическое учение ставит во главу угла активного успешного предпринимателя. Однако история развития рынка «по-русски» показывает, что для России это далеко не правило.

4. Миф о неизменной природе человека. Власти всегда стремятся к упрощенному подходу к гражданину. «Административная система способна представлять существующее социальное сообщество лишь чрезвычайно схематично и упрощенно, а потому вряд ли адекватно» [30, с 44]. Для управляющего аппарата удобно считать шаблонных граждан, а не индивидуальностей, и этот подход навязывается всему обществу, чтобы он выглядел легитимным и общепринятым. Самым ярким примером является стандартизованный набор предметов потребительской корзины, который не предполагает, что разные люди могут нуждаться в абсолютно разных предметах быта.

Другой актуальный пример – восприятие властью общества как механической совокупности пассивных в экономическом плане людей. Такой подход выливается в недопущение к решению проблем экономического кризиса массы активных индивидуальных предпринимателей. Государство должно создавать приемлемые условия существования и развития малого и среднего бизнеса, который в свою очередь мог бы стать стабилизирующим элементом российской экономики.

5. Миф об отсутствии социальных конфликтов. Власти и элитам удобно нивелировать значение противоречий между богатыми и бедными, работающими и безработными, профессионалами и малообразованными. Такая ситуация создает иллюзию внутренней стабильности и планомерного развития. Однако в российском случае миф отсутствия внутренних конфликтов поддерживается пресловутым мифом внешней угрозы, будь то в лице США, мирового терроризма или мирового экономического кризиса. На современном этапе такой способ сохранения статус-кво и направленной мобилизации населения особенно актуален, так как отводит обвинения в неразумной экономической политике от правительства и адресует их заокеанским ипотечным проблемам и проискам злонамеренных западных корпораций.

Ключевым для развития российского общества является этатистский миф – восприятие государства как истины в высшей инстанции. Этот феномен проник в ментальные основания сознания россиян, и проявляется в принятии действий го-

сударства в качестве безусловно верных на уровне массового сознания. Однако несмотря на сложность верификации социального мифа, по мнению Э. Кассирера, современный человек «не может полностью отказаться от требований рациональности. Чтобы верить, он должен ощущать какие-то резонные основания для веры» [12]. Миф динамичен и открыт, реформируется вместе с изменениями окружающей среды (общества или политических интересов, которые он защищает). Однако миф содержит инвариантный компонент, без которого вера в него невозможна. Государственный миф имел за века истории нашей страны различные облики – Московия, Российская империя, Советский Союз, Российская Федерация, однако его функциональное наполнение оставалось прежним. При этом даже при наличии нетрадиционных критериев истинности мифа, на каждом этапе эволюции этатистский миф подвергался критике. В современной России это явление ярко проявляется в интернете. При отсутствии равноправной дискуссии в средствах массовой информации интернет наполнен скептическими мнениями о роли государства в развитии общества. Не большой по количеству российский сегмент сети составляют социальные группы, обладающие активной гражданской позицией и скептическим настроением (молодежь, специалисты), что делает интернет полем критики государства. Качественные характеристики российского интернета позволяют считать его единственным общедоступным каналом альтернативной информации и негосударственных взглядов на экономические процессы.

Во время экономического кризиса актуализируются пропитанные идеологией мифы об устройстве экономической системы. В частности либерально мыслящая часть интернет-аудитории обсуждает возвращение к классическому рынку как способ выхода из кризиса. При этом рынок выступает уже не как экономическое понятие, характеризующее организацию системы, а как концепт, выражающий скорее видение общественной справедливости, чем экономические позиции. Рынку приписываются исключительно позитивные черты, поэтому он не обсуждается, а уже подразумевается. Рассмотрение рынка не критично, а предполагаемые результаты видятся только в светлых тонах: «Да будет всем счастье!» – как выражаются пользователи. Аналогична ситуация с плановой экономикой для приверженцев левых идей.

Несмотря на наличие критического настроения в интернет-среде, миф не теряет значения в отношении массы населения, основная задача политического мифа, по мнению А.Е. Щербакова, – «предварять и замыкать процесс социальных инноваций, сначала нащупывая почву для назревших изменений, а после появления новых форм – наполняя их образно-символическим содержанием в массовом и индивидуальном сознании» [35]. Действие многих политических мифов в России перманентно и обусловлено историческим развитием. Они служат легитимации нововведений, выступают способом манипуляции сознанием населения, конструирования социальной реальности.

Мифы, метафоры, символы и стереотипы – явления, формирующие наше мировоззрение, наши представления об окружающем нас мире. Отсутствие этих явлений привело бы к невозможности упорядоченного существования человеческого мышления и общества в целом. Создавая дискурсивные рамки, они структурируют мышление, образуют его основу. Не умаляя положительных функций рассмотренных явлений, можем заключить, что они также таят в себе и огромный потенциал для манипуляции. Их участие в конструировании экономического кризиса используется в идеологических и управленческих целях. Для этого мифы, метафоры, символы и стереотипы тиражируются через ангажированные средства массовой информации, в том числе и электронные.

Интернет представляет собой виртуальную версию всей системы коммуникаций в обществе, поэтому непозволительно рассматривать его односторонне. Он включает в себя два ключевых и во многом противопоставленных друг другу сегмента. В первом случае, это пространство межличностного общения с собственным жаргоном, специфическими нормами этики, системой знакового выражения эмоций. Во втором – это массмедийный сегмент, вобравший в себя множество газет, журналов, радиостанций и телеканалов, имеющих свои сайты. Такая ситуация делает интернет сложным, но действенным инструментом влияния на общественное мнение как на индивидуальном уровне, так и на массовом. Несмотря на то, что интернет как целостный институт остается наиболее объективным источником информации об экономическом кризисе, его вклад в искажение его восприятия пользователями существенен, а обращение пользователя к мировой сети представляется посещением комнаты кривых зеркал.

Разбить зеркало? (Вместо заключения)

Зеркало экономического интернет-дискурса показало нам, в какой незначительной степени мы влияем на язык, и в какой коммуникативной ловушке находится большинство «простых» граждан, отрешенных от процесса распределения главного ресурса современности – информации. Взаимоотношения реальности и публичного дискурса в утрированной форме представляют собой замкнутый круг: реальность формирует дискурс, а дискурс конструирует реальность. В таком случае получается, что люди с их сознанием и мышлением – только инструмент ретрансляции этого процесса. Ничтожно воздействие основной массы пользователей языка на реальность, которая создается контекстуально, т.е. сообразно детерминации прошлого, и на дискурс, который закрепощен сам в себе, нормами и практиками речи. С. Жижек писал, что «мы чувствуем себя свободными; потому что нам не хватает самого языка, чтобы артикулировать нашу несвободу» [9, с 9]. Насущным становится вопрос, как вернуть человеку вес в коммуникативном процессе. Как разбить зеркало.

Как показывает история, нельзя что-то разрушить до основания и построить на руинах новое. Так, и дискурс не может быть кардинально рефор-

мирован и перестроен. Главный вопрос не в том, как его разрушить, а в том, как им пользоваться, как лучше смотреть в зеркало. Признавая мощное влияние окружающего мира на мышление человека, нельзя забывать об его индивидуальном характере. Каждый человек может оценивать мир через призму своих субъективных представлений.

Вспомним метафору. Мы являемся источником отражения в зеркале, и мы же являемся источником дискурса. Следовательно, главные проблемы экономического кризиса не недостаток бумажных долларов или трудности биржевых торгов, а человеческие представления о причинах этих проблем. В этой связи возникают две проблемы: кто и как подает нам информацию, и как мы ее воспринимаем.

СМИ имеет колоссальные возможности для манипуляции человеческим сознанием, однако, по мнению Ч.Х.Кули, такое свойство человека, как «внушаемость – это просто отсутствие контроля и организующего действия со стороны сознательной воли. Когда воля не исполняет этих функций должным образом, мысль и действие оказываются разобщенными и разнонаправленными» [15, с 62]. Примечательно, что российское общество обладает высоким критическим потенциалом в отношении власти и бизнеса, что видно из того, как дискурс отражает экономический кризис, но в то же время отсутствуют какие-либо крупные протестные выступления. Российская оппозиция – только на словах как в парламенте, так и за обеденным столом на кухне... У большинства людей отсутствует внутренний стимул к участию в политике, защите своих законных прав, во многом из-за того, что он перебивается другими стимулами, основанными на базовых потребностях. Как в таком случае не быть одураченным масс-медиа и самим языком, как таковым?

Главные принципы суждения о реальности, позволяющие избежать манипулирования нашим сознанием со стороны государства, СМИ или самого дискурса, это контекстуальность и поливариантность. Принимая информацию из многих источников, мы имеем большее число вариантов, более обширный «интерпретативный репертуар» (в терминах Дж. Поттера и М. Уэтерелл). Этот репертуар обеспечивает «ресурсы, которые люди могут использовать для конструирования версий реальности» [10, с 182]. Чем он шире, тем больше возможности выбрать правильное. Рассматривая информацию с учетом контекста, предшествующего ей, мы сокращаем количество таких версий. Чем больше мы будем знать об экономическом кризисе, тем больше мы будем понимать его и соответствующим образом реагировать. Однако находясь в условиях закрепощения в рамках языковых и масс-медийных стандартов мышления, это сложно. «Когда факты находятся вне поля зрения, подлинная информация или правдоподобная ошибка звучат и воспринимаются одинаково» [17, с 217].

Вопрос также в том, нужно ли адекватное видение экономического кризиса большинству людей, которые каждый день сталкиваются со своими насущными проблемами. Мировой экономический кризис мало касается их повсед-

невной жизни, даже если человека уволили, он будет склонен винить работодателя и власти, нежели абстрактный экономический феномен. По данным мартовского опроса ВЦИОМ рост цен и тревожная ситуация в стране мешает быть счастливыми только 1 % россиян [5]. Понимание экономического кризиса требует от человека абстрагироваться от повседневности, отойти от мышления на уровне удовлетворения своих жизненных потребностей. «Без укоренившейся привычки анализировать мнение в процессе разговора, чтения или принятия решений большинство из нас вряд ли почувствуют необходимость более четких представлений, вряд ли заинтересуются ими и, наконец, вряд ли смогут предупредить манипулирование новой техникой политического мышления» [17, с 244]. В плачевной экономической ситуации большинства россиян правда, колющая глаза, кажется непозволительной роскошью и не является чем-то жизненно необходимым. Так, нужна ли людям истина, ведь битое зеркало – плохая примета...

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н.Д. Аномалии и язык // Вопросы языкознания. 1987. № 3.
2. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / Под ред. В.Н. Ярцевой. М.: Советская энциклопедия. 1990.
3. Баранов А. По поводу мирового кризиса и не только // <http://www.poezia.ru/article.php?sid=65731>
4. Барт Р. Миф сегодня // Избранные работы: Семиотика: Поэтика. / Сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. М.: Прогресс. 1989.
5. Болотова О. День смеха в России отменяется // <http://dailyonline.ru/m/3400/>
6. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. М.: Книжный мир. 2003.
7. Всероссийский Центр Исследования Общественного Мнения – Официальный сайт // <http://wciom.ru/novosti/v-centre-vnimanija/publikacija/single/10769.html>
8. Глобальная авантюра – Открытый исследовательский и дискуссионный центр. – [Электронный ресурс – <http://www.avanturist.org>]. – Форум «Мировой экономический кризис» (запись от 3.03.2008) // <http://www.avanturist.org/forum/index.php/topic,8.0.html>
9. Жижек С. Добро пожаловать в пустыню Реального. М.: Фонд «Прагматика культуры». 2002.
10. Йоргенсен М.В., Филипс Л.Дж. Дискурс-анализ: теория и метод. Харьков: Гуманитарный центр. 2008.
11. Канищева Т. Восьмерка замкнулась // Российская газета – Центральный выпуск. № 4849. От 16.02.09
12. Кассирер Э. Техника современных политических мифов // http://www.nscs.ru/docs/tezayrys/tehnica_sovr_polit_mifov.doc

13. Коммунисты обсудят причины и последствия мирового финансового кризиса (29.11.2008) // Мировой финансовый кризис, экономический кризис 2008 в России. – [Электронный ресурс – <http://finansovyi-krizis.ru/>]
14. Кудрин А. Интервью телеканалу «Россия» от 14 февраля 2009 г // <http://www.vesti.ru/doc.html?id=253574&m=2>
15. Кули Ч.Х. Человеческая природа и социальный порядок. М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги. 2000.
16. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем // Теория метафоры / Под ред. Н.Д. Арутюновой. М. 1990.
17. Липпман У. Общественное мнение. М: Институт фонда «Общественное мнение». 2004.
18. Ломтева А. Слухи и реклама как двигатель политики // Русский журнал // www.russ.ru/politics/20030123-lom.html
19. Лосев А.Ф. Проблема символа и реалистическое искусство. М.: Искусство. 1995.
20. О грядущей деноминации // Живой журнал. – [Электронный ресурс – livejournal.com]. (21.11.2007) // <http://gvozdeff.livejournal.com/152725.html>
21. Ольшанский Д.В. Политико-психологический словарь. М.: Академический проект. 2002. Екатеринбург: Деловая книга. 2002.
22. Опарина Е.О. Метафора в политическом дискурсе // Политическая наука – 3. Политический дискурс: история и современные исследования. 2002. №3
23. Осипов Г.В. Слухи в обществе: их источник и динамика // http://www.elitarium.ru/2006/09/11/slukhi_v_obshestve_ikh_istochniki_i_dinamika.html
24. Основная причина мирового кризиса (Статья и комментарии от 22.10.2008) // Зазубрина: Газета ВОО ЗУБР // <http://za.zubr.in.ua/2008/10/22/2128/>
25. Петров К.Е. Доминирование концептуальной многозначности: «сильное государство» в российском политическом дискурсе // Полис. 2006. № 3.
26. Поцелуев С.П. Double bind, или двойные ловушки политической коммуникации // Полис. 2008. № 1.
27. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. М: ИНФРА-М, 2006.
28. Рынок достиг дна... и начал копать: анекдоты об экономическом кризисе (21.10.2008). – [Электронный ресурс – <http://korrespondent.net>]. // <http://korrespondent.net/strange/621928/print>
29. Сикевич З.В. Образ прошлого и настоящего // Социологические исследования. 1999. № 1.
30. Скотт Дж. Благими намерениями государства. Почему и как проваливались проекты улучшения условий человеческой жизни. М.: Университетская книга. 2005.

31. Уорф Б.Л. Отношение норм поведения и мышления к языку. // <http://www.philology.ru/linguistics1/whorf-60.htm#1>
32. Шаховский В.И. Социальная интеракция власти и народа через языковую игру // Язык и действительность / Под ред. Тер-Миносковой С.Г. М.: URSS. 2007.
33. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис». 2004.
34. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. М., 1980
35. Щербаков А.Е. Место мифа в политической идеологии // Полис. 2003. № 4.
36. Юнг К.Г. Подход к бессознательному // Человек и его символы / Под ред. К.Г. Юнга. СПб.: БСК. 1996.
37. OSBORN, M. Archetypal Metaphor in Rhetoric: The Light-Dark Family. In Quarterly Journal of Speech, 1967, Vol. 53