

Н. И. Клушина
Москва, Россия

N. I. Klushina
Moscow, Russia

ТЕОРИЯ ИДЕОЛОГЕМ

THE THEORY OF IDEOLOGEME

Аннотация. Рассматривается становление и развитие теории идеологем в российской лингвистике. Прототипом идеологемы можно считать мифологему. Мифологема понимается как первоэлемент сознания (индивидуального, коллективного и массового), с помощью которого человек познает, объясняет и структурирует окружающую его действительность. Идеологеме мы определяем интегративно — как ментально-стилистический феномен, как идеологический концепт, реализующий определенную заданную идею с помощью стилистических ресурсов языка. Идеологемы выполняют важнейшие социальные функции: они создают общее идеологическое пространство, которое в конечном счете и формирует социальную идентичность.

Abstract. The article analyzes the genesis of the ideologeme theory in Russian linguistics. The prototype of an ideologeme is a mythologeme. The mythologeme is treated as the simplest element of consciousness (individual, collective and mass), with the help of which people cognize, explain and structure the environment. The ideologeme may be defined integrally as a mental-stylistic phenomenon, as an ideological concept, which realizes a certain idea by stylistic means. Ideologemes perform the most important social functions: they create the common ideological space that, in the long run, forms the social identity of a person.

Ключевые слова: мифологема; идеологема; концепт; идея; ментально-стилистический феномен; социальная идентичность.

Key words: mythologeme; ideologeme; concept; idea; mental-stylistic phenomenon; social identity.

Сведения об авторе: Клушина Наталья Ивановна, доктор филологических наук, профессор кафедры стилистики русского языка, факультет журналистики.

About the author: Klushina Natalia Ivanovna, Doctor of Philology, Professor of the Chair of Stylistics of the Russian Language, Faculty of Journalism.

Место работы: Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова.

Place of employment: Moscow State University n. a. M.V. Lomonosov.

Контактная информация: 125009, Москва, ул. Моховая, д. 9.
e-mail: nklushina@mail.ru.

В современной российской лингвистике сложилась достаточно стройная, непротиворечивая теория идеологем (Н. А. Купина, Г. Ч. Гусейнов, Е. А. Земская, А. П. Чудинов, Е. И. Шейгал, Н. А. Кузьмина, Е. Г. Малышева, Е. А. Нахимова, Н. И. Клушина и др.) [см., напр.: Купина 1995; Гусейнов 2002; Земская 1996; Чудинов 2006; Шейгал 2004; Малышева 2009; Нахимова 2011а, 2011б; Клушина 2008, 2014].

Чудинов 2006; Купина 1995; Клушина 2008, 2014]. Полиидеологичность постсоветского дискурса не разрушила систему идеологем, а только «перематрировала» ее. Таким образом, идеологеме можно считать универсалией политического и медийного дискурсов как дискурсов тенденциозных, мировоззренчески ориентированных.

На этапе становления данной теории (90-е гг. XX в., эпоха перестройки) идеологема в русистике рассматривалась как сущностная черта тоталитарного дискурса [Купина 1995; Клушина 1995; Земская 1996 и др.]. Такое понимание идеологемы перекликалось с западными учениями об идеологической составляющей языка советской эпохи (например, серьезное влияние здесь оказала антиутопия Дж. Оруэлла «1984», описывавшая новояз как модель тоталитарного языка, искалеченного идеологией).

Такое понимание имманентности идеологем в любом (как в тоталитарном, так и в демократическом) тенденциозном дискурсе базируется на отечественной научной традиции, когда идеология и ее структурный элемент идеологема трактуются гораздо шире, чем пропаганда и тоталитарный язык [см.: Бахтин 1975; Мелетинский 2000 и др.].

Советский дискурс приравнивался к тоталитарному дискурсу на том основании, что он был моноидеологическим, не допускающим другого мнения. Отсюда идеологема воспринималась как пропагандистский штамп, подавляющий свободное развитие мысли.

Мифологема и идеологема: ab ovo. Человек свои первые знания об окружающей его действительности «вложил» в мифы. Миф — это фрагмент коллективного знания о мире, облеченный в художественную форму. Мифы имеют национальную специфику, но базируются на универсальных архетипических антиномиях: добро/зло; герой/злодей; космос/хаос; память/забвение; любовь/ненависть — и других архетипах сознания (подвиг, жертва, возвращение к истокам, необратимость времени и т. п.). Стройная система мифов, конструировавшая образ донаучного мира, в котором реальные события не противопоставлялись вымышленным, была и древнейшей формой идеологии. Миф объяснял существующий поря-

В постперестройку пришло понимание того, что идеологемы — это не только советизмы, они присущи как тоталитарному (моноидеологическому), так и демократическому (полиидеологическому) дискурсу (Н. А. Кузьмина, А. П. Чудинов, Н. А. Купина, Н. И. Клушина и др.) [см., напр.:

док и устанавливал статус-кво, консолидируя общество.

В основе мифа лежит мифологема — первоэлемент сознания (индивидуального, коллективного и массового), с помощью которого человек познает, объясняет и структурирует окружающую его действительность.

Мифологема — общие структурные схемы, по которым строится конкретный миф (например, *герой* — Геракл, Один, Илья Муромец — *совершает подвиг*; примером может служить и мифологема *возвращения на круги своя*, которая реализуется в нарративах о *блудном сыне* или в *одиссее* *Одиссея*), т. е. мифологема — это «морфология» (В. Я. Пропп) мифа.

Таким образом, мифологема — это некая прототипическая формула, заключающая в себе универсальную идею-образ, которая затем может получить национальное наполнение. Например, мифологема *недостигаемости высокого творчества* реализуется через мифотопонимы *Олимп*, *Парнас* или метафору *башня из слоновой кости*.

Мифологема является инструментом и способом упорядочивания мира: неизвестное знание с их помощью переводится в знание известное, обыденное, усвоенное и одобренное социумом. Мифологеме обычно противопоставлено научное знание, зиждущееся на рациональном, логическом восприятии мира. Нам такое противопоставление представляется несколько искусственным. Скорее всего, мифологема предшествует рациональному знанию или сплетается с ним, проверяется и опровергается им или усваивается социумом. Например, календарные мифы — это попытка разумно объяснить ход природы, опровергнутая в дальнейшем новыми фактами о мире.

Мифологема вербально может выражаться через слово-имя (*Прометей*, *Пенелопа*), словесную формулу (словосочетание или предложение — *возвращение блудного сына*; *битва титанов*) и целый текст (например, о подвигах Геракла). Но в любом случае мифологема — это «свернутый» нарратив, история с определенным сюжетом и героями, действующими в архетипических ситуациях.

Мифологема как вербальный знак репрезентирует символическое значение компрессированного повествования/мифа, что способствует его «консервации» в коллективном сознании. Мифологема при надобности всегда может быть развернута в целостный миф. Таким образом, мифологема выполняет роль символического кодирования мира.

Поэтому мифологема представляет собой сложный когнитивный и стилистический феномен: это универсалия (обязательный элемент) человеческого сознания, облаченная в яркий вербальный образ, что способствует во многом иррациональному усвоению ее социумом.

Рационализм современного человеческого мышления не исключает веры — как интуи-

тивного, скрытого, еще не достигнутого знания. Поэтому мифологема и сегодня бытует во многих сферах общественной жизни — в культуре, политике, массовой коммуникации, рекламе, — т. е. мифологема существует в определенном социальном пространстве (контексте). Поэтому мы можем говорить о контекстных измерениях мифологем — культурном, идеологическом и мультимедийном [Клушина 2014].

С помощью мифологем происходит канонизация реальных исторических событий, поэтизация и героизация повседневности. Миф — это не просто рассказанная история, а регламентация и санкционирование определенной модели поведения (например, героизация самопожертвования в мифе о Прометее). Именно поэтому мифологема широко используются в идеологическом дискурсе.

Идеологема в медиакommunikации. Мифологема в контексте идеологии используется и как собственно культурный феномен (как *прецедентное имя* и *прецедентная ситуация*), и как *идеологема* [Нахимова 2011]. Мифологеме можно рассматривать как прототип идеологемы. Сущность мифологемы и идеологемы одинакова: сложные явления, укладывающиеся в устойчивую словесную формулу, с помощью нее редуцируются до «общепонятных идей» (Э. Дюркгейм). Такие формулы легко укореняются в массовом сознании с помощью стереотипных номинаций и становятся «предметом веры, а не рассуждения» (Л. Леви-Брюль). Как мифологема, так и идеологема включают в себя эмоциональную составляющую, воздействующую на чувства людей, т. е. обладают суггестивностью. И миф, и идеологема базируются на некритическом восприятии действительности и служат для консолидации социума. Только миф кумулирует в себе исторический опыт человечества, а идеологема нацелена в будущее: она ориентирует массовое сознание в заданном направлении. Например, лозунг «Украина — это Европа!», широко используемый во время оппозиционного протеста в Киеве в декабре 2013 — январе 2014 г., совмещает в себе буквальный (географический) смысл с идеологическими и мифологическими представлениями украинских масс. «Украина — это Европа» является, с одной стороны, идеологемой оппозиционной в то время части украинских политиков и их электората, объявивших курс на евроинтеграцию, а с другой стороны, эта же словесная формула является мифологемой, так как упрощает сложный исторический путь развития украинского народа до эмоционально емкого прецедентного выражения, в котором мечта, реальность и вымысел не разграничиваются, а воспринимаются симультанно, как призыв.

Вербальные реализации идеологемы разнообразны. В роли идеологемы может выступать предложение (лозунг, сентенция, афоризм и т. п. — напр.: *Фашизм не пройдет*),

слово (метафора, оним, в том числе антропоним, ярлык и т. п. — напр.: *остров Крым, Тимошенница*), морфема (например, приставки: *присоединение Крыма — воссоединение Крыма*). Идеологически нагруженными могут быть и служебные части речи (например, предлоги: *на Украине — в Украине*).

Таким образом, идеологема — это мифологема, используемая в идеологических целях. Как когда-то древний человек с помощью мифологем познавал действительность, так современный человек с помощью идеологем структурирует и объясняет окружающую его политическую реальность и вырабатывает собственную мировоззрение, согласуя его с идеологией социума.

Идеологема: к определению понятия.

В отечественной науке существуют различные подходы к определению сущности идеологемы: философский, политологический, лингвистический, культурологический. Е. А. Нахимова выделяет «два ведущих направления в трактовке идеологем. Первое из них может быть названо лингвистическим, второе — когнитивным (лингвокогнитивным). В рамках лингвистического направления целесообразно разграничивать также узкий (лексикологический) и широкий (семиотический) подходы» [Нахимова 2011: 153].

Теория идеологем в русистике зародилась в рамках лексикологического подхода, поскольку необходимо было обозначить пласт слов, имеющих идеологическую коннотацию, влияющую на сознание адресата, чтобы ориентировать его в заданном направлении. Суть идеологемы пытались «уловить» через букву, слово, морфему, концепт, стереотип. Дальнейшее развитие этой теории продолжилось в рамках когнитивного подхода, имеющего обратный вектор изучения языка: не от слов-идеологем к их закреплению в сознании, а от ментальных схем, которые находят выражение в словах. Эти два на первый взгляд различных подхода объединяются в современном представлении о неразрывности мысли и слова в вербальной коммуникации. Мыслить можно и невербально, бессловесно, интуитивно, но донести такую невербальную мысль до адресата представляется невозможным.

Поэтому мы полагаем, что в современной науке идеологему можно понимать только *феноменологически* — как ментально-стилистический феномен.

Опираясь на когнитивную трактовку идеологемы, данную Е. Г. Малышевой, которая определяет ее как «единицу когнитивного уровня — особого типа многоуровневый концепт, в структуре которого (в ядре или на периферии) актуализируются идеологически маркированные концептуальные признаки, заключающие в себе коллективное, часто стереотипное и даже мифологизированное представление носителей языка о власти, государстве, нации, гражданском обществе, политических и идеологи-

ческих институтах» [Малышева 2009: 35], Е. А. Нахимова предлагает, на наш взгляд, именно интегративную дефиницию идеологемы как «ментальной единицы, в состав которой входит идеологический компонент и которая, как правило, репрезентируется словом или устойчивым словосочетанием. При когнитивном подходе идеологема рассматривается как феномен, формирующий концептуальные схемы и категории, обуславливающий процессы восприятия, обработки и оценки получаемой информации о том или ином идеологически значимом объекте. Смысловое содержание и эмоциональная окраска идеологем могут неодинаково восприниматься адресатами, поскольку идеологемы репрезентируют специфический взгляд на соответствующую реалию» [Нахимова 2011: 154].

Мы полностью разделяем взгляды Е. Г. Малышевой и Е. А. Нахимовой на природу идеологем. Но мы бы не стали смещать акцент со стилистической составляющей идеологемы на ментальную ее составляющую, поскольку обе стороны этого феномена представляются нам равнозначными.

Функция идеологемы — встраивание в массовое сознание идеологического кванта смысла — решается на когнитивном уровне, но стилистическими средствами. Мы все же настаиваем на включении именно стилистического уровня, наравне с когнитивным, в структуру идеологемы, поскольку выбор из предоставляемых языковой системой почти безграничных возможностей реализации мысли осуществляет именно стилистика.

Таким образом, в российской науке идеологему определяли:

- *грамматически* — через буквы, окончания, морфемы (Г. Ч. Гусейнов и др.);
- *лексически* — через слова, словосочетания, метафоры, ярлыки (Н. А. Купина, А. П. Сквородников, А. П. Чудинов, Н. И. Клушина и др.);
- *аксиологически* — через ценностные модулы лексем (А. П. Чудинов, Е. Г. Малышева, Е. А. Нахимова и др.);
- *концептуально* — через многоуровневый концепт (Н. А. Кузьмина, Е. Г. Малышева, Е. А. Нахимова и др.).

Однако эти определения относятся к реализации идеологем. Буква, морфема, слово, концепт, ментальная схема, стереотип — это идеологема постфактум, это формы ее бытования, «оболочка», в которую она заключается и хранится в нашем сознании.

Прежде чем быть реализованной, идеологема должна быть *замысленной*. И с точки зрения своей интенциональности идеологема — это прежде всего *идея*.

Мы бы повторили данное нами еще в кандидатской диссертации [Клушина 1995] определение идеологемы как *заранее заданной идеи, которая ложится в основу номинации и ориентирует массовое сознание в нужном*

направлении. Эта замысленная, сконструированная идея очень быстро осваивается массовым сознанием и становится ментальным стереотипом (в привлекательной стилистической обертке), мировоззренческим элементом в индивидуальной и коллективной картине мира.

Таким образом, мы рассматриваем идеологема как динамический феномен, а не статический мыслительный конструкт:

Идеологема = заданная идея — стилистическое оформление — «вмонтирование» в сознание.

То есть идеологема — это и сложный когнитивно-стилистический процесс, и результат.

Идеологема, как и любой другой сложный феномен, изменчива и практически неуловима для нашего осознания, она совсем не прищипленный булавкой экспонат в нашей коллекции знаний о мире — мы каждый раз возвращаемся к ней, чтобы хоть как-то (немного) приблизиться к ее постижению.

Сложившееся в обыденном знании представление об идеологема как о проявлении обскурантизма мышления само по себе является идеологема об идеологема.

Как с помощью мифологема когниция о мире кодировалась и передавалась из поколения в поколение, так с помощью идеологема современная действительность идеологически кодируется, чтобы общество могло построить свою идентичность. Идеологическое кодирование — сложный, многоступенчатый и ювелирный процесс, который сродни генной инженерии: квант смысла получает не просто оценку, но и эмоцию, а также яркую, запоминающуюся, но в то же время прагматичную стилистическую упаковку.

Представляется, что сегодня даже в массовое сознание проникла рефлексия об идеологема как презумпции любого политического и журналистского дискурса. Отсюда частотность упреков в применении двойных стандартов в политике и промывке мозгов СМИ.

Проиллюстрируем вышесказанное примерами из современной истории. Информационная война между Украиной и Россией, развернувшаяся после февральских событий 2014 г., реализуется как война идеологема (*государственный переворот / народная революция и воссоединение Крыма / присоединение Крыма*).

Украинские политики и журналисты идеологическое кодирование массового сознания строили на архетипической антиномии *свой/чужой*. Это эффективный, опробованный, но стандартный и варварский (в значении «племенной») способ ведения идеологической войны.

Сложные с точки зрения истории, культуры, геополитики события (воссоединение Крыма с Россией, раскол Украины на Восток и Запад, насильственное свержение украинского правительства и президента) в украинских СМИ редуцированы и уложены в прокрустово ложе политических ярлыков: *аннексия Крыма,*

российские оккупанты, пророссийские сепаратисты, российская агрессия и т. п.

Тотальность и частотность этих агрессивных идеологема в украинских СМИ (вместо аргументации и анализа сложившейся ситуации) влияет на психоэмоциональную сферу адресата, включается в «коллективное бессознательное» как наиболее простое и понятное объяснение происходящего и создает коллективную консолидированную мировоззренческую модель общества.

Но такое прямолинейное идеологическое кодирование в современном информационном обществе невозможно, поскольку в глобальном информационном пространстве существует и другая интерпретация происходящего.

Российские СМИ использовали нестандартную информационную стратегию в данной войне: они отказались от тривиального образа врага и выстраивали альтернативную интерпретацию украинских событий, редуцируя тем самым информационную картину мира, предоставляя альтернативу адресату: *сепаратисты / сторонники федерализации; революция / вооруженный переворот, путч; аннексия Крыма / Крымская весна* и т. п.

Российские СМИ выстраивали аналогии, которыми сознательно пренебрегали украинские СМИ: *отделение Крыма — отделение Косова; противостояние на Майдане — противостояние на Юго-Востоке Украины* и т. п.

Подобные аналогии и аргументы демонстрировали нарочитый алогизм и абсурдность идеологических номинаций в украинских медиа: не бывает миролюбивых, дружественных оккупантов и аннексии без единого выстрела. Но намеренное разрушение аналогий и причинно-следственных отношений в украинских СМИ формируют «разорванное», так называемое клиповое массовое сознание, которое легко управлять.

Предоставление российскими медиа альтернативной, уважительной и цивилизованной (ср.: *российские оккупанты / украинский братский народ*) интерпретации событий на Украине, т. е. удвоение «реальности» медиа, не позволяло осуществить аннексию сознания украинского массового адресата. Поэтому украинские власти капитулировали перед российскими СМИ (не безосновательно названными украинскими журналистами «Информационные Силы России»), отключив российские телеканалы на территории Украины.

Подведем итоги. Идеологема — это сложный когнитивно-стилистический феномен, с помощью которого формируется массовое, коллективное и индивидуальное сознание конкретного социума. Именно поэтому борьба за власть понимается как борьба за право говорить. Идеологема выполняют важнейшие социальные функции: они создают общее идеологическое пространство, которое в конечном счете и формирует социальную идентичность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики. — М. : Художественная литература, 1975.
2. Гусейнов Г. Ч. Советские идеологемы в русском дискурсе 1990-х гг. : дис. ... д-ра культурологии. — М., 2002.
3. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. — М. : Наука, 1991.
4. Земская Е. А. Клише новояза и цитация в языке постсоветского общества // Вопросы языкознания. 1996. № 3. С. 23—31.
5. Клушина Н. И. Семантические и стилистические изменения в лексике современной газеты (на материале газет 1989—1994 гг.) : дис. ... канд. филол. наук. — М., 1995.
6. Клушина Н. И. Стилистика публицистического текста. — М. : Медиа Мир, 2008.
7. Клушина Н. И. Контекстные измерения мифологемы // Стилистика сегодня и завтра : материалы конф. — М., 2014. С. 154—157.
8. Кутина Н. А. Тоталитарный язык: словарь и речевые реакции. — Екатеринбург ; Пермь: Изд-во Урал. ун-та, 1995.
9. Леви-Брюль Л. Первобытное мышление // Психология мышления / под ред. Ю. Б. Гиппенрейтера и В. В. Петуховой. — М. : Изд-во МГУ, 1980.
10. Мальшиева Е. Г. Идеологема как лингвокогнитивный феномен: определение и классификация // Политическая лингвистика. 2009. № 4. С. 32—40.
11. Мелетинский Е. М. Поэтика мифа. — М. : Наука, 2000.
12. Нахимова Е. А. Идеологема «Сталин» в современной массовой коммуникации // Политическая лингвистика. 2011а. № 2. —С. 152—156.
13. Нахимова Е. А. Прецедентные онимы в современной российской массовой коммуникации: теория и методика когнитивно-дискурсивного исследования : моногр. / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2011б.
14. Протт В. Я. Морфология волшебной сказки. — М. : Лабиринт, 2001.
15. Сквородников А. П. Лексикографическая фиксация идеологически неоднозначных слов как культурноречевая проблема // Филологические науки. 1998. № 3. С. 31—36.
16. Чудинов А. П. Политическая лингвистика : учеб. пособие. — М. : Флинта, 2006.
17. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. — М. : Гнозис, 2004.
18. Юнг К. Г. Человек и его символы. — М. : Серебряные нити : Медков С. Б., 2006.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Е. А. Нахимова.