

И.В. Соловьева

## МИФ И ИНТЕРПРЕТАТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ДИСКУРСА

«... поскольку миф – это слово,  
то мифом может стать все,  
что покрывается дискурсом».  
(Р. Барт)

В то время как к дискурсивным категориям относят все, выделяемые в прагматическом и социолингвистическом исследованиях коммуникативные переменные, охватывающие характеристики, относящиеся к участникам, условиям, организации и способам общения – толерантность, коммуникативную неприкосновенность, коммуникативную оценочность, коммуникативное давление, формальность, контактность, социальный дейксис, коммуникативную инициативу, интерпретируемость текста, адресованность, информативность, интертекстуальность [7: 26–27], целью настоящей статьи является демонстрация мифа в качестве центральной герменевтической категории, принадлежащей дискурсу, его общего и существенного свойства, признака, определяющего избирательность и синергичность действия всех категорий, упомянутых выше. Мы отдаем себе отчет в том, что научное отношение к мифу, как один из видов абстрактного отношения, предполагает изолированную интеллектуальную функцию: «в хаосе и неразберихе эмпирически спутанных, текучих вещей надо уловить идеально-числовую, математическую закономерность, которая, хотя и управляет этим хаосом, но сама-то не есть хаос, а идеальный, логический строй и порядок» [4: 401].

Интересно, что еще в 1987 году Г.А. Чупина формулирует задачи философско-методологического анализа речевого процесса следующим образом: «1) представить речевой акт в контексте социально-культурного воспроизводства субъекта в сфере языка – речи и 2) осознать указанный процесс в качестве компонента коммуникативно-познавательной и социально-практической деятельности» [6: 99]. Выделяя критерии эффективности речевого воздействия, автор уделяет особое внимание идее *переструктурирования* некоторых факторов в пределах языковой личности в процессе говорения, к которым относит: «1) переструктурирование предметно-содержательного поля сознания под влиянием новой информации; 2) переструктурирование смыслового поля сознания в связи с формированием социальных мотивов поведения; 3) переструктурирование поведения: появление поступков и действий, отвечающих программе социально-культурного управления. Указанные критерии соответствуют и смысловой структуре высказывания, и структуре сознания как субъективной реальности» [Op. cit.: 169].

Понятие личностной формы (термин А.Ф. Лосева) наиболее точно, на наш взгляд, определяет то, что в конечном итоге является мифом – спонтанной или запрограммированной целью интерпретации дискурса. Усмотрение истины в процессе понимания текста / дискурса / речи широко обсуждалось в классической лингвистике, в особенности последователями аналитической философии, основным пафосом рассуждений которых являлась презумпция *возможности* усмотрения *истины* при соблюдении говорящими определенных условий в процессе коммуникации. Идея мифического как субститута истины, ее превращенной формы, возникает в случаях, где манифестирующие продуцента смыслы предъясняются через речь. А.Ф. Лосев в «Предисловии» к труду «Диалектика мифа» пишет о социальной природе мифа и его неразрывности с культурой «вплоть до ее социальных корней»: «Нужно быть очень плохим идеалистом, чтобы отрывать миф от самой гущи исторического процесса и проповедовать либеральный дуализм: реальная жизнь сама по себе, а миф – сам по себе» [4: 394].

Интерпретация дискурса, так же как и герменевтика дискурса в целом, при таком подходе превращается в феноменологическое вскрытие мифа как *усмотрение определенной закономерности*, и ведет к пониманию / квазипониманию речи и личности индивидуума-продуцента речи и ее намерений, в том случае, если он предстает в качестве мифа как «личностной формы»: «Миф представляет собой коммуникативную систему, некоторое сообщение. Отсюда явствует, что это не может быть ни вещь, ни понятие или идея; это форма, способ обозначения. Далее нам придется заключить эту форму в исторические рамки, определить условия ее применения, вновь наполнить ее социальным содержанием; но, прежде всего ее следует описать как форму» [1: 265]. Р. Барт полагает, что бесконечная суггестивность всего сущего, способность мира быть бесконечно суггестивным, обеспечивает возможность перехода любого предмета из замкнуто-немого существования в речевое состояние, открыться для усвоения обществом – ведь никакой закон, ни природный, ни иной, не запрещает нам говорить о чем угодно [Ibid]. И в ситуации оформления мифа дискурсом миф есть, для мифического сознания, конечно, наивысшая по своей конкретности, максимально интенсивная и в величайшей мере напряженная реальность. Это не выдумка, но – *наиболее яркая и самая подлинная действительность. Это – совершенно необходимая категория мысли и жизни, далекая от всякой случайности и произвола* [4: 395].

Приняв такую точку зрения, мы легко увидим, что как продукция, так и рецепция речи приобретает видоизмененную форму, которая регулируется коммуникативной ситуацией. Продуцент речи *полагает себя целью интерпретации*, моделируя себя-в-ситуации таким образом, чтобы явить реципиенту часть себя или «себя как кого-то» (мы исходим из предположения, что явить себя целиком в речевом произведении невозможно), и быть определенным образом понятым. Прежде всего, миф как личностная форма может быть субститутом личности, которая запрограммирована на опреде-

ленную интерпретацию через речь, если программированная интерпретация предусмотрена процессом продукции. Это происходит во всех случаях, когда продуцент речи становится «мифическим субъектом», например, тогда, когда за понятием «личностная форма» стоят личности как обычных людей, желающих казаться иными, нежели то, кем/чем являются в действительности, «являться» не такими, каковы они есть. Сюда же можно отнести личности политиков, чье «бытие» на политической сцене как «официальных лиц» имеет мало общего с их «частной личностью», в эту категорию могут входить лица юридические – разного рода экономические формирования, которые через публичный дискурс и его жанровые разновидности (рекламные слоганы, плакатный дискурс, и т.д.) предъявляют фрагменты мифа своего бытия в виде опредмеченных в дискурсе смыслов, готовых к пониманию как потреблению: «с нами удобно», «мы надежны», «мы принципиальны», «мы отстаиваем справедливость» и т.д.

При таких обстоятельствах говорящий неизбежно приобретает (присваивает себе) черты персонажа, поскольку не всегда, а лишь в случае возникновения спонтанных речевых ситуаций, продуцент речи являет часть своей личности в процессе говорения, так, что она может быть воспринята реципиентом в качестве истинной.

Основа для персонализации автора дискурса, полагают некоторые авторы, существует объективно в виде закрепленной в текстах культуры системы типажей, что дает возможность продуценту дискурса моделировать себя в определенном качестве, таким образом, задавая реципиенту рамку готового понимания речевого произведения и «видения» его автора. Вопрос о соотношении индивида и персонажа в художественной литературе рассматривает в своей статье С.Н. Плотникова [5: 89–104]. Факт познаваемости собранных воедино и репрезентированных в качестве индивидов сущностей, представленных у самых разных людей в единичных ситуативных проявлениях, создание концептуальных персонажей, или типажей, «как человек верный, интеллектуальный, добрый, справедливый, коварный и т.п.» [Op. cit.: 100], в значительной мере создает и креативный потенциал для продуцента дискурса в сфере такого рода мифотворчества. Автор выделяет три типа персонажей, выступающих «в качестве общей сущности неограниченного множества людей, являющихся ее индивидуализациями в реальном мире»: миметический, концептуальный и перемещенный. Данная классификация может быть успешно обращена на ситуацию продукции дискурса, где говорящий, в силу условий ситуации говорения, приобретает персонажные черты [Ibid]. Миметический персонаж, таким образом, максимально аутентичен «реальному человеку», концептуальный – центрирован на каком-либо единичном качестве (отсюда – дискурс ненависти, верности и т.д.), а перемещенный обладает фантазийными чертами, результатом чего, например, может стать дискурс лжи, создания ложного представления о себе.

Дискурсивное мифотворчество себя-в-коммуникации в качестве персонажа в общении может восходить также к соотнесенности личностного типажа с определенным архетипом. «При этом в разных типажах будет прослеживаться различная степень архетипичности, т.е. наблюдается градуальность в наполнении типажа архетипом», полагает О.А. Дмитриева, исследующая лингвокультурные типажи; она считает, что в их основе лежат типичные коммуникативно-поведенческие реакции [2: 69]. Выдвигая свою гипотезу, автор ссылается на известные положения концепции архетипов, восходящей к поиску в этническом и типологическом многообразии моделей коммуникативного поведения, фрагментов инвариантного архетипического ядра. Не вызывает сомнений тот факт, что архетипы, в числе иных форматов, организуют внешний и внутренний опыт и, по мнению О.А. Дмитриевой, подключение архетипического уровня усиливает все соответствующие определенному архетипу реакции коммуникативного ожидания у воспринимающего речь. В сфере рецепции процессы такого рода ведут к запрограммированному пониманию. Любая типажность, включая сюда и социальный архетип, предполагает наличие ценностной шкалы, определяющей не только ценности и приоритеты, но и восстанавливаемые с их помощью на основе дискурса коммуникативные смыслы.

Во всех описанных выше случаях речь идет о мифе как некотором типаже языковой личности, реализующей себя определенным образом в процессе коммуникации, и о том, что узнаваемость типа, закрепленного в культуре в качестве своего рода мифа, может эксплуатироваться говорящим по следующим причинам: 1) миф всегда есть выражение тех или других жизненных и насущных потребностей и стремлений; 2) чтобы создать миф меньше всего надо употреблять интеллектуальные усилия, поскольку мифическое сознание есть меньше всего интеллектуальное и мыслительно-идеальное сознание [4: 398].

В.И. Карасик рассматривает различные основания построения типологии языковых личностей, предоставляемые различными направлениями гуманитарных наук [3: 12–13] и приходит к выводу о том, что одним из подходов к изучению языковой личности может быть выделение релевантных признаков модельной личности как типичного представителя определенной этносоциальной группы, узнаваемого по специфическим характеристикам вербального и невербального поведения и выводимой ценностной ориентации. В качестве примера таких типажей автор приводит ряд модельных личностей из открытого списка социальных типов – «русского интеллигента», «английского аристократа», «немецкого офицера»; наряду с уже указанными выделяются также «криминальная личность», «новый русский», «телевизионный ведущий». Модельная личность, следовательно, представляет собой прототипный образ, обладающий определенным стереотипом коммуникативного поведения [Op.cit.: 13–14]. С предлагаемой нами точки зрения на дискурсивную коммуникацию, в пределах которой интерпретация ведет так или иначе к усмотрению образа продуцента речи,

такого рода персонажи принадлежат вторичной семиологической системе. Поскольку описываемая ситуация прежде всего касается социальных ролей и нравственных сторон речевого поведения продуцентов речи, Р. Барт, описывая миф как вторичную семиологическую систему [1: 267–279], обращает особое внимание на *адресность* как основополагающую черту мифического понятия [Op. cit.: 277].

*Адресность* влечет также учет наличия реципиента даже в случае саморецепции дискурса. С определенной долей вероятности можно предположить, что непосредственный продуцент и реципиент дискурса (обозначим продуцента в роли реципиента знаком R1) всегда слиты, так как общение в режиме дискурса характеризуется в том числе и рецепцией самого себя в ситуации общения (как меня оценивают другие через мои речевые поступки?) и, как следствие, саморефлексией над речью как деятельностью, заданной целями (или задачами) индивида, имеющимися в его распоряжении средствами и знаниями [8: 489], что связано с рефлексивным выходом, новой позицией деятеля, характеризуемой относительно его прежней позиции, как «рефлексивная позиция», при которой индивид «должен *выйти* из своей прежней позиции деятеля и перейти в новую позицию – *внешнюю*, как по отношению к прежним, уже выполненным деятельности, так и по отношению к будущей, проектируемой деятельности» [Op. cit.: 490].

*Проектируемость* представляет собой еще одну характеристику дискурсивной деятельности как отражения коммуникативной позиции, а точнее – коммуникативного образа продуцента речи, который мы здесь терминологически называем мифологическим: «Рассматривая отношения между прежними деятельностями (или вновь проектируемой деятельностью) и деятельностью индивида в рефлексивной позиции, мы можем заметить, что последняя как бы *поглощает* первые (в том числе и ту, которая еще только должна быть произведена); прежние деятельности выступают для нее в качестве *материала анализа*, а будущая деятельность – в качестве *проектируемого объекта*» [Op. cit.: 490–491].

Теоретическую опору существования герменевтики дискурса как метода феноменологического вскрытия мифа, где мифом является личность продуцента речи, явленная в дискурсе, нам предоставляют теоретические положения А.Ф. Лосева, который предлагает занять эту позицию и при познании мира в целом, предполагая, что коммуникативный мир есть также мир мифический. Миф должен быть взят как миф. Такая позиция вскрывает существо мифа как мифа, предполагая, что наличие мифа как такового логически присутствует в сознании у оперирующего с мифом (оперирующего научно, религиозно, художественно, общественно и т.д.). Поэтому автор полагает, что необходимо дать существенно-смысловое, т.е. прежде всего феноменологическое, вскрытие мифа, взятого как таковой [4: 394]. Выявляя существенно-смысловые стороны мифа, А.Ф. Лосев полагает, что с точки зрения самого мифического сознания ни в каком случае нельзя сказать, что миф есть фикция и игра фантазии; миф не является смыслом, по-

скольку лишен отвлеченно-идеальной бытийности; мифический образ обладает цельностью, в том числе и мифически-психологического переживания и не имеет отношения к «бесконечной сложности и противоречивости реального переживания» [Op. cit.: 398–399].

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Барт Р. Мифологии / Пер. с франц. – М.: Академический Проект, 2008. – 351 с.
2. Дмитриева О.А. Лингвокультурный типаж и архетип // Человек в коммуникации: концепт, жанр, дискурс: Сб. науч. тр. – Волгоград: Парадигма, 2006. – С.66–73
3. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
4. Лосев А.Ф. Диалектика мифа // А.Ф. Лосев Из ранних произведений. – М.: «Правда», 1990. – С. 391–599.
5. Плотникова С.Н. Человек и персонаж: феноменологический подход к естественной и художественной коммуникации // Человек в коммуникации: концепт, жанр, дискурс: Сб. науч. тр. – Волгоград: Парадигма, 2006. – С. 89–105.
6. Чупина В.А. Принцип деятельности и язык. Философско-методологический анализ. – Красноярск: Изд-во Краснояр. ун-та, 1987. – 192 с.
7. Шейгал Е.И. Концепты и категории дискурса // Человек в коммуникации: концепт, жанр, дискурс: Сб. науч. тр. – Волгоград: Парадигма, 2006. – С. 24–39.
8. Щедровицкий Г.П. Рефлексия // Щедровицкий Г.П. Избранные труды. – М.: Школа Культ. Полит., 1995. – С. 485–496.

С.А. Чугунова

#### ДВИЖЕНИЕ ВРЕМЕНИ В ЯЗЫКЕ И СОЗНАНИИ

Представление о времени является ключевым в категориальной сетке мышления и в модели мира, выстраиваемой каждой культурой [7]. Специалисты в области когнитивной метафоры заявляют, что человек пришел к осознанию времени через движение, последовательность сменяющих друг друга событий [21; 28], так как практически в любом языке мира темпоральность может выражаться метафорически в терминах пространства и движения: ср.: рус. яз. *время идет* (*летит, ползет*); англ. яз. *time flows on forever, time flies*; фр. яз. *le temps file, le temps passe vite*; нем. яз. *die Zeit fliegt, für alte Menschen vergeht die Zeit scheinbar schneller*; эстон. яз. *aeg lendab* ‘время летит’, *aeg möödub* ‘время идет’; бурят. яз. *эхи захагуй* ‘время тянется’, *углоо удэрынь болобо* ‘наступил следующий день’; яз. Chindali