

Для цитування: Шевченко І.С. Теорія Юргена Хабермаса і критический анализа дискурса // Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. – 2007. – № 773. – С. 12–15.

Please cite as: Shevchenko, I.S. (2007). Teorija Jurgena Habermasa i kriticheskij analiza diskursa [Habermas Theory and Critical Discourse Analysis]. *Visnyk Kharkiv. nats. un-tu im.V.N. Karazina*. – *V.N. Karazin National Univ. Messenger*, 773, 12-15 (in Russian)

**ТЕОРИЯ ЮРГЕНА ХАБЕРМАСА
И КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗА ДИСКУРСА**
И.С. Шевченко, докт. филол. наук (Харьков)

Возрастающий интерес современной лингвистики, социологии и смежных наук к дискурсу, отразившийся в большом количестве исследований и не меньшем – различных определений дискурса, требует уточнения принципов анализа дискурса. Когнитивно-коммуникативной (когнитивно-прагматической) парадигме лингвистики соответствует понимание дискурса как интегрального феномена, как мыслекоммуникативной деятельности, представляющей как совокупность процесса и результата и включающей как экстралингвистический, так и собственно лингвистический аспект, в котором помимо текста выделяется пресуппозиция и контекст (прагматический, социальный, когнитивный), обуславливающие выбор языковых средств [7, с. 38]. Дискурс в этой трактовке базируется на идеях философии, социологии, психологии, обобщенных в критической теории Ю. Хабермаса [11; 14; 15; 16], теориях символического интеракционализма Дж. Дьюи, Ч. Кули, Дж.Г. Мида, Г. Блумера [12; 10; 17; 9] и социального конструктивизма Дж. Шоттера и К. Джерджена, П. Бергера и Т. Лукмана и др. [18; 1], каждая из которых заслуживает отдельного обсуждения. О б ъ е к т о м рассмотрения в данной статье является критическая теория как один из краеугольных камней анализа дискурса, в целом, и школы критического анализа дискурса, в частности, а также ее применение в лингвистическом анализе корпоративного дискурса – сферы коммуникации, находящейся сегодня в фокусе внимания лингвистов, социологов, имиджмейкеров, специалистов PR и смежных наук, что составляет ц е л ь исследования и определяет его а к т у а л ь н о с т ь .

Критическая теория, одним из наиболее ярких представителей которой является Юрген Хабермас, представляет собой одну из разновидностей неомарксистской теории – подхода, исходящего из обобщенного, системного рассмотрения коммуникативных явлений в широком (социальном) контексте в их связи друг с другом [6, с.174]. В центре теории Ю. Хабермаса – вопрос о соотношении между знанием и человеческими интересами как диалектическое соотношение субъективного и объективного, причем это соотношение неотделимых друг от друга феноменов. Как отмечает Ю. Хабермас,

человеческое знание существует на объективном уровне, а человеческие интересы более субъективны [14; 15].

В своей теории Ю. Хабермас выделяет три системы знаний и соответствующих им интересов:

(1) первый тип знаний – аналитические науки или классические позитивистские научные системы – обеспечивают научную предсказуемость и контроль явлений окружающей среды, социума, коммуникации;

(2) второй тип знаний – гуманитарные (гуманистические) науки, интерес которых фокусирован на понимании мира. Этот тип знаний обеспечивает взаимопонимание и осознание личностью самой себя;

(3) третий тип знаний – критическое знание, связанное у Хабермаса, прежде всего, с критическим осознанием социальных процессов, приводящим к протестному социальному движению и в результате – тому, что он определяет как освобождение человека.

В учении Ю. Хабермаса в качестве отправной точки используется разграничение *целерационального действия* (труда), как его понимал К.Маркс, и *коммуникативного действия* (взаимодействия). Их различия, во-первых, в том, что задача рационального (невербального) действия – добиться поставленной цели, а *коммуникативное действие* (речь) имеет целью достижение взаимопонимания в процессе общения. (Отметим, что широкая трактовка коммуникативных действий привели Хабермаса к включению в их число не только речевых актов, но и «эквивалентных им невербальных выражений» [16, p.278]). Во-вторых, именно речь, коммуникация как действие в противовес физическому труду является, по мнению Ю. Хабермаса, уникальным и наиболее существенным характерным признаком человека. Коммуникативное (взаимо)действие субъектов «координируется не посредством эгоцентрических расчетов на успех, а посредством достижения понимания. В коммуникативном действии участники изначально ориентированы на собственный успех; они преследуют свои личные цели при условии, что смогут согласовать планы своих действий на основе общих определений ситуации» [16, p.286].

Коммуникативная деятельность в понимании Ю. Хабермаса связана с повседневной жизнью и отличается от дискурса, который он определяет как «ту форма общения, которая не связана с контекстом опыта и деятельности» и структура которой включает утверждения, рекомендации или предупреждения, участников общения, мотивы и темы общения, важнейшие из которых, по Хабермасу – желание совместно доискаться до истины [15, p.107-108]. Тем самым дискурс для Хабермаса – явление из области

теоретического, «идеальная речевая ситуация», в которой в результате взаимодействия различных аргументов достигается истина.

Истина служит краеугольным камнем в концепции Ю. Хабермаса: ее поиску он подчиняет все многообразие дискурса; истина также является целью эволюционной теории Хабермаса. «Критичность» его дискурс-анализа проявляется в провозглашении ценности неискаженной, истинностной коммуникации, коммуникации без принуждения. Отсюда его интерес к факторам, «искажающим» коммуникацию, в частности, социальным корням этого явления, и провозглашение в качестве политической цели общество неискаженной коммуникации, рациональное общество. В обобщенном виде такое коммуникативное сообщество представляет собой «коммуникативную систему, в которой <...> в процессе аргументации возникает добровольное согласие» [6, с.179].

Согласие возникает в дискурсе (в коммуникативной деятельности) как результат принятия коммуникантами, соблюдения и признания обоснованными следующих четырех принципов: во-первых, говорящий изъясняется понятно, вразумительно; во-вторых, его утверждения истинны; в-третьих, говорящий высказывает свои суждения искренне; в-четвертых, говорящий строит свою речь нормативно, пристойно. По мысли Ю. Хабермаса, согласие достигается при соблюдении всех четырех условий коммуникативной деятельности и разрушается при нарушении одного из них (отметим, что данные условия легко сопоставимы с коммуникативными максимами П. Грайса).

Коммуникации отводится главенствующая роль в эволюционной теории Ю. Хабермаса: решение проблем рационализации труда и, как следствие, рост производительных сил и экономический прогресс, достигается, по его мнению, через рационализацию коммуникативного действия, через «снятие ограничений в общении», обеспечение его открытости и свободы (в первую очередь от социальных ограничений) [14, p.118; 15].

Созданная в рамках социологии, критическая теория Ю. Хабермаса нашла широкое применение в критическом дискурс-анализе в лингвистике, во многом определяя ее социокультурные основы. **Школа критического анализа дискурса** отличается от иных направлений анализа дискурса фокусом на социальных и культурных проблемах дискурса: на проблемах власти, социального неравенства, контроля и подчинения и проч. При всей разности индивидуальных подходов исследователей, стоящих на позициях критического анализа дискурса – Рут Водак, Нормана Фейрклау, Тьюна ван Дейка, Е.И. Шейгал и др., их объединяет интерес к экстралингвистическим, социально-культурным, в том числе этнокультурным, аспектам общения. Так, изучаются роли коммуникантов и их вербальное поведение в ситуациях социального неравенства, обусловленных

принадлежностью участников к национально-культурным меньшинствам, моделируются ситуации этнических конфликтов и речевые стратегии и тактики этнокультурных предубеждений на примере различных обществ Австрии (еврейского меньшинства) [21] и Нидерландов (турецкой и марокканской диаспор в Амстердаме) [2, с.160 - 305]. Рассматривается связь языка – власти – идеологии, отношения языка и власти: функционирование языка для обеспечения и изменения отношений власти в современном обществе [13], моделируется политический дискурс и отношения между его оставляющими, его когнитивные особенности, стратегии и тактики [8]. В рамках данной статьи мы не касаемся вопроса о роли наблюдателя-исследователя в изучении речевого общения, однако отметим особенность критического анализа дискурса: при всем стремлении к политической незаангажированности и объективности, выводы исследований содержат определенный элемент социальной и культурной оценки, базирующейся на ценностях гуманизма, свободы, демократии в их понимании в западных обществах, определяемых воззрениями наблюдателя, что предполагает возможность и иной точки зрения для исследователя – представителя другой культурной («цивилизационной» в смысле Тойнби) принадлежности.

Геополитические особенности развития современного развитого мира акцентируют возрастающее значение корпоративных коммуникаций, понимаемых как процесс взаимного обмена сигналами для информирования, инструктирования или убеждения, который базируется на разделяемых значениях (shared meanings) и обусловлен отношениями между коммуникантами и социальным контекстом [11]. В условиях рыночной экономики корпоративные коммуникации служат целям бизнеса, получения прибыли, что повышает роль убеждения в корпоративном дискурсе, нацеленном на создание солидной репутации и формирование имиджа компании. В этой связи становится очевидным, что вопросы корпоративной коммуникации нельзя решить, не выходя за рамки лингвистики, без привлечения данных социологии и психологии. Об этом свидетельствует и широкий спектр проблем, лингвистических и нелингвистических, относящихся к корпоративным коммуникациям: это корпоративные сети передачи данных, системы обработки и хранения данных, информационно-аналитические системы, корпоративные системы безопасности, внутренние и универсальные корпоративные коммуникации, системы управления и проч.

Задачи, решаемые практиками и теоретиками корпоративных коммуникаций, многообразны: анализ и обучение эффективным методам внутрикорпоративного PR; методам развития корпоративной идентичности и формирования корпоративной культуры; передача знаний по языковым, культурно-психологическим и технологическим

вопросам формирования привлекательного для сотрудников и рынка труда корпоративного бренда; репутационный менеджмент руководителей; оптимизация внутрикорпоративных информационных обменов и каналов внутрикорпоративной коммуникации (в том числе Интранета); развитие корпоративной культуры.

Как и другие разновидности институционального общения, корпоративная коммуникация характеризуется заданным набором коммуникативных ролей и отношений между участниками речевого взаимодействия. Но в отличие от них, важнейшими составляющими адресантно-адресатного аспекта корпоративного дискурса являются имидж и репутация руководителя, всей компании и ее сотрудников. Речевое поведение отдельных субъектов корпоративного дискурса и корпоративный дискурс в целом испытывают влияние репутации и имиджа и, в свою очередь, способствуют их формированию. Понятия имиджа и репутации имеют существенные отличия: если **репутация** – это представления и оценки субъектом социальных действий объекта, то **имидж** выступает в качестве идеальной модели объекта коммуникации, которая формируется у ее субъекта, поэтому имидж базируется на заданной шкале ценностей и определяется ею [5; 20].

Критическая теория с ее приоритетом широкого контекста в объяснении коммуникации закладывает основы для понимания роли контекста в дискурсе: контекст выступает «признаком дискурса» [3, с.273]. Соответственно, эта теория раскрывает важность ситуативной интерпретации дискурса (по Н.Д. Арутюновой, дискурс – это «текст, погруженный в жизнь»).

Теория Ю. Хабермаса позволяет объяснить и такой важнейший принцип дискурса как интерактивность. Ср.: по определению М. Стаббс, дискурс – функционирование языка в контексте взаимодействия (interaction) или диалога между коммуникантами [19, p.1]. Интерактивность не ограничивает предметную область дискурса диалогическим общением (диалогическим текстом). Исходя из широкого понимания диалогичности М. Бахтиным, следует признать интерактивными как диалогические, так и монологические формы общения (тексты). В последнем случае интерактивность присутствует имплицитно. В корпоративном дискурсе интерактивность выходит на первый план и является своего рода самооценностью, поощряемой по канонам корпоративной культуры (руководитель может считать плюсом в своей работе время, потраченное на неформальное общение с подчиненными как один из способов развития «корпоративного духа»).

Заложенные критической теорией принципы анализа дискурса (ср.: второй, гуманитарный, тип знаний по Ю. Хабермасу) находят развитие в трактовке **идентичности** говорящего в корпоративном дискурсе, в частности понимании личностью себя и других.

Применение этих принципов к изучению одной из характерных форм корпоративной коммуникации – видео-конференц-связи, осуществляемой в специфичных для коммуникативного дискурса жанрах – селекторном совещании, аудиоконференции позволяет увидеть, что в нашей стране для высшего управленческого звена, и сегодня придерживающегося административно-командного стиля работы как в государственном секторе, так и в коммерческой сфере, популярной технологией конференц-связи является селекторное совещание, или планерка [4] с одним председательствующим и несколькими участниками, которым заранее разосланы повестка заседания или проект документов, подлежащих не обсуждению, а утверждению. Этот жанр корпоративной коммуникации представляет собой речевое событие с заданными ролями и стандартизованной ситуацией и сценарием, является повседневной реальностью для многих организаций и все больше превращается в необходимый инструмент оперативного управления, в удобное средство проведения виртуальных бизнес-встреч и совещаний. Это связано не только с расширением функциональности оборудования, улучшением характеристик и дизайна терминалов, но и с использованием новых технологий, тесной интеграцией с компьютерными приложениями и низкой стоимостью владения.

И селекторное совещание, и аудиоконференция – это жанры корпоративного дискурса, имеющие общие характеристики: заданные роли, ситуации, ограниченная тематика, неизменный сценарий, средства и способы смены ролей, стратегии коммуникантов. Главное различие между селекторным совещанием и аудиоконференцией, оба их которых представляют собой вид голосовой конференц-связи, – в степени формализации общения, поскольку селекторное совещание – это протоколы, принятия решений и отчеты исполнителей, а аудиоконференция – это общение без протоколов и регламентов, обсуждение и решение повседневных задач.

Важную роль в дискурсах жанра селекторного совещания и аудиоконференции играет категория интердискурсивности. Многофункциональные системы позволяют не только организовать и управлять аудиоконференциями для решения повседневных вопросов, они также предназначены для проведения совещаний с участием сотрудников компании и внешних абонентов, находящихся в других городах и странах, и предоставляют широкие возможности коллективной работы с документами, а записи проводимых совещаний интегрируются с системами видео-конференц-связи, тем самым осуществляется обмен стратегиями и тактиками, тематикой, ролевыми статусами и проч. различных участников дискурса.

Ролевая конфигурация участников дискурсивного события селекторного совещания соответствует вертикальной системе управления в организациях, в которых

решения должны быстро приниматься и исполняться, системность и исполнительность должны пронизывать всю оргструктуру, а зависимость конечного результата от человеческого фактора должна быть сведена к минимуму [4]. К таким организациям относят органы государственного управления, производственные предприятия, специальные службы и транспортные предприятия. Используемые ими технологии становятся все более сложными, но услуги для конечных пользователей всемерно упрощаются, например, система «Селектор» позволяет подключать пользователей вне офиса, используя мобильный или домашний телефон. Ее сервисные функции обеспечивают возможности выбора сценария дискурсивного события, трансформирования ролевой конфигурации и стратегий участников. К ним, помимо прочих, относятся:

«Арбитраж голоса». Благодаря системе управления, которая в режиме реального времени позволяет передавать право голоса, можно реализовывать любые селекторные сценарии, стратегии и тактики, ролевые конфигурации дискурсивного события: «Начальник – подчиненные», «Все равны» и т. д.

«Дуплексная связь». Данная функция обеспечивает возможность одновременного общения 16 участников, при этом остальные могут слышать всех говорящих.

Автоматизация конференции. Во время проведения селекторного совещания важно автоматическое подключение участников к конференции и автодозвон, например, при разрыве связи. Для этого на мониторе ведущего в режиме реального времени видны состояние и активность каждого участника: кто из них находится в режиме «только слушать», кто в данную секунду говорит, кто отключился и др.

Режим поддержки. Система позволяет подключать или отключать участников совещания в зависимости от темы текущего вопроса, дать возможность прослушивать разговор, высказаться отдельным участникам или группам. В случае, если необходимо выслушать мнение сотрудника, не участвующего в совещании, его можно подключить к совещанию, вызвав по телефону.

Система записи и протоколирования позволяет опубликовать запись совещания для тех сотрудников, кто не смог принять участие в совещании, а также вести протокол совещания.

Указанные возможности соответствуют ценностно-ориентированным социально-культурным представлениям о корпоративном взаимодействии в том или ином речевом событии. В соответствии с основами критической теории, и ролевое взаимодействие, и социальный контекст, и стратегии и тактики коммуникации изменяются в зависимости от внешних относительно языка, социокультурных аспектов.

Суммируя сказанное, критическая теория Юргена Хабермаса закладывает социокультурные основания критического анализа дискурса в лингвистике и позволяет применить ее принципы к изучению не только корпоративного, но и иных типов дискурса. Рассмотрение теоретических основ дискурс-анализа перспективно продолжить в плане изучения школ социального конструктивизма и символического интеракционализма в их лингвистическом преломлении, что планируем продолжить в серии публикаций.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. – М., 1995.
2. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
3. Карасик В.И. Языковой круг. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
4. Киселева А. Новое – хорошо забытое старое // СЮ. – 2006. – № 12.
5. Крылова А. Психология. – М.: Проспект, 2000.
6. Ритцер Дж. Современные социологические теории. – Спб.: Питер, 2002. – 688 с.
7. Шевченко И.С., Морозова Е.И. Дискурс как мыслекоммуникативное образование // Вісник Харків. нац. ун-ту. ім. В.Н. Каразіна. – 2003. – № 586. – С. 33-38.
8. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. – М.: Гнозис, 2004. – 326 с.
9. Blumer H. Symbolic Interactionism. – Englewood Cliffs, 1969.
10. Cooley C. Human Nature and the Social Order. – New York, 1964 (1902).
11. Cutlip, S., Center, A., Broom G. Effective Public Relations. – Upper Saddle River, NJ., 2000.
12. Dewey J. The Public and its Problems. – New York, 1927.
13. Fairclough N. Language and Power. – London and New York: Longman, 1989. – 259 p.
14. Habermas J. Towards a Rational Society. – Boston: Beacon Press, 1970.
15. Habermas J. Legitimation crisis. – Boston: Beacon, 1975.
16. Habermas J. The Theory of Communicative Action. Vol.1. Reasoning and the Rationalization of Society. – Boston: Beacon, 1984.
17. Mead G. H. Mind, Self and Society. – Chicago, 1934.
18. Shotter J., Gergen K. Social construction: Knowledge, self, others, and continuing the conversation//Communication Yearbook. – Vol.17. – Thousand Oaks, 1994. – P. 3-33.
19. Stubbs M. Discourse Analysis: The Sociolinguistic Analysis of Natural Language/ – Oxford: Blackwell, 1983. – 272 p.
20. Syrovitskyi V. Reputation, image and identity – a concepts' dissection// Proceedings of the Conference of Corporate Communication. London, 2006.
21. Wodak R. Turning the tables: anti-Semitic discourse in post-war Austria// Discourse and Society. – 1991. – Vol. 2. – No.1. – P 47-64.