

**Идеология и социальные практики у Луи Альтюссера и Ролана Барта**

**Научный руководитель – Карелин Владислав Михайлович**

*Шалганов Роман Дмитриевич*

*Аспирант*

Российский государственный гуманитарный университет, Философский факультет,  
Москва, Россия

*E-mail: Shamsham23@yandex.ru*

Описание связи между социальными практиками и идеологией в теориях Луи Альтюссера и Ролана Барта имеют ряд сходных позиций.

В своем анализе рекламного изображения Ролан Барт говорит о том, что в любом рекламном изображении можно выделить три типа сообщений - визуальное и два речевых. Речевые сообщения, выраженные в чередовании символических означающих с узкими коннотативными полями призваны прокомментировать визуальное сообщение, состоящее из означающих иконических, поле коннотатов которых всегда шире чем у символических означающих. Эту функцию речевого сообщения Барт называет «закреплением смысла» [Барт, 1994, 299]. Смысл возникает в сообщении как такой его коннотат, который оказывается выделенным в ряду прочих возможных коннотатов, «закрепленным» за ним. Общее поле коннотатов Барт называет идеологией или мифологией.

В ряду свойств идеологии, которые выделяет Барт, нам хотелось бы обратить особое внимание на то, что он называет «натурализацией». Это свойство может быть описано, например, таким образом: «... мифология озабочена тем, чтобы скрыть свою паразитарность, более того — даже свою историчность, и требует, чтобы ее воспринимали не как одну из возможных точек зрения на мир, а как единственно верную, истинную, как нечто естественное, натуральное, «природное». Мифология стремится выглядеть не «продуктом культуры», а явлением природы, или, как говорит Барт, она натурализует свои культурные значения» [Трушина, 2001].

В свою очередь Луи Альтюссер рассматривая общество с позиций марксистской теории говорит о двух базовых процессах, происходящих в нем, это процессы производства и воспроизводства. При этом Альтюссер утверждает, что никакое производство невозможно без воспроизведения его условий, материальных - ресурсов и инструментов, и нематериальных, в ряду которых на первом месте стоит воспроизводство рабочей силы. Этот тип воспроизводства в наибольшей степени чем иные зависит от того, что Альтюссер называет «идеологией».

С точки зрения Альтюссера идеология — это «воображаемое отношение к реальным условиям существования» [Альтюссер, 2011], при этом такое отношение субъекта к условиям его существования, которое способствует поддержанию существующего общественного строя. В то же время идеология не существует сама по себе, в отрыве от конкретной материальной практики субъектов. Эта практика, точнее, эти практики, реализуются в рамках тех или иных институтов, аппаратов государства. Альтюссер выделяет два типа таких аппаратов, идеологические и репрессивные, которые отличаются друг от друга преобладающим в них способом воздействия на субъектов - в идеологических аппаратах, к числу которых Альтюссер относит, например, школу и церковь, преобладающим типом воздействия является идеологическое, в репрессивных, таких как армия и полиция - насильственное. В целом можно сказать, что для Альтюссера идеология является

субститутутом насилия - идеология обеспечивает лояльность субъектов по отношению к существующей системе производства и распределения благ с наименьшими издержками, что позволяет ограничить число случаев применения насилия по отношению к субъектам.

Здесь нам хотелось бы еще раз подчеркнуть практический характер любой идеологии в понимании Альтюссера - идеология не существует в отрыве от практик, в которых она актуализируется, что может быть прочитано с семиологической точки зрения следующим образом - идеология это означаемое практики, а практика, в свою очередь, это означающее идеологии. Для Барта такая связь между практикой и идеологией очевидна: «Мифология, или идеология прикрепляется не только к словам, но и к вещам. Так, например, определенная одежда, прямая цель которой — защищать от холода, может выглядеть вызывающе, и ее вторичное значение — эпатирование окружающих — заслоняет собой первичное — функциональное» [Трушина, 2001].

Таким образом мы видим определенные сходства в том, как Барт и Альтюссер понимают идеологию. В обоих случаях можно сказать, что идеология является означаемым практики - семиологическая оптика позволяет прочесть тезис Альтюссера о воображаемых отношениях к реальным условиям существования как то, что идеология и практическая деятельность связаны как означающее и означаемое, а идеология в такой оптике оказывается определенным прочтением практики, набором тех или иных отношений к тем или иным явлениям, который воплощается в идентификационной привязке к той или иной социальной группе. В свою очередь Барт сам говорит о таких отношениях, описывая идеологию как определенный сектор общего поля коннотатов того или иного знака. Также общим местом теоретических конструкций Барта и Альтюссера является тезис о натурализации - Барт говорит о том, что идеология маскируется под «природное», то есть, что тот или иной сектор общего поля коннотатов усваивается субъектом языка очень глубоко и воспринимается как самоочевидное знание, свойственное той социальной группе к которой данный субъект относится. Альтюссер, в иных выражениях, но говорит о том же - идеология оформляет субъекта через навязывание ему определенных практик и отношений, а также представлений об этих отношениях. Эти представления об отношениях, которые сами по себе являются определенной их интерпретацией, для того чтобы быть усвоенными субъектом маскируются под божественное установление или законы природы, усваиваясь таким образом они оформляют конкретную жизненную практику субъекта, оказываясь для него способом интерпретации всякой возможной практики.

### Источники и литература

- 1) Альтюссер Л. Идеология и идеологические аппараты государства (заметки для исследования) [Электронный ресурс] // Неприкосновенный запас. М, 2011, URL: <https://magazines.gorky.media/nz/2011/3/ideologiya-i-ideologicheskie-apparaty-gosudarstva.html> (дата обращения: 02.03.2021).
- 2) Барт Р. Риторика образа // Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М.: Прогресс, 1994. С. 297-318.
- 3) Трушина Л. Мифориторика образа Барта [Электронный ресурс] // Смыслы мифа: мифология в истории и культуре: сб. в честь 90-летия проф. М. И. Шахновича. СПб.: Изд-во С.-Петерб. филос. о-ва, 2001. Вып. 8. URL: <http://anthropology.ru/ru/text/rushina-le/miforitorika-reklamy-r-barta> (дата обращения: 18.08.2021).