

Клинцова М. Н.
ПОЛИТИЧЕСКАЯ МЕТАФОРА КАК СРЕДСТВО ИДЕОЛОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Любое осмысленное высказывание имеет своей целью воздействие на реципиента. Данная цель может не всегда осознаваться субъектом речи, но только не в случае создания публичного письменного текста или выступления политика. Результатом такого воздействия могут быть встревоженность, спокойствие, равнодушие или другие эмоциональные состояния.

Существует множество приемов политического воздействия: публикация статистических данных, относящихся к деятельности того или иного субъекта политической деятельности; «тенденциозная» (например, выборочная) демонстрация действий политического субъекта, последствий этой деятельности или реалий, тем или иным образом связанных с этой деятельностью; изложение предпочтительной точки зрения на тот или иной вопрос (политическую или экономическую программу, план действий, группу оценок) и т.д. Комментарии к статистическим данным, интерпретация действий политического субъекта обычно бывают яркими и эмоциональными и часто содержат в себе метафору. Метафора в сфере политики является мощным инструментом воздействия на аудиторию и поэтому представляет большой интерес для изучения и дальнейшей разработки.

Джордж Лакофф и Марк Джонсон утверждают, что «метафора пронизывает всю нашу повседневную жизнь и проявляется не только в языке, но и в мышлении и действии. Наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы мыслим и действуем, метафорична по своей сути» [16].

Метафора – один из основных приемов познания объектов действительности, их наименования, создания образов и порождения новых значений. По мысли Н.Д. Арутюновой, метафора «призвана создать такой образ субъекта, который бы вскрыл его латентную сущность», кроме того, она «усугубляет понимание реальности» [2, с. 339]. Ученые называют метафору фундаментальным чувством, помогающим понимать мир, они говорят о метафоре как о средстве оформления реальности. И действительно, метафора – мощное средство познания, когда новый концепт постигается путем сопоставления его со старым, уже известным [8].

Метафора как способ формирования образа и воздействия на сознание была известна ещё со времен античности. Аристотель в «Риторике» выразил это следующим образом: «Если желаешь представить что-нибудь в хорошем свете, следует заимствовать метафору от предмета лучшего в этом самом роде вещей, если же хочешь выставить что-либо в дурном свете, то следует заимствовать её от худших вещей» [1]. Он считал также, что большая часть изящных оборотов получается с помощью метафор и посредством обмана слушателя: человеку кажется, что он узнал что-то новое, если оно противоположно тому, что он думал. Изящество изречений является следствием того, что они значат не то, что в них говорится [1].

Способность метафоры казаться объективной кроется в том особом положении, которое она занимает по отношению к шкале оценки «истина – ложь». Действительно, среди исследователей нет единого мнения относительно истинности метафоры. Д. Девидсон полагает, что метафора выражает обычно «явную неправду» или «абсурдную истину» [12, с. 187]. М. Блэк склоняется к мнению, что хотя метафора часто и «... может содержать полуправду и даже ошибочные сведения», истинность для неё не имеет принципиального значения [12, с. 64]. По мысли Н.Д. Арутюновой, в метафоре уживаются и ложь, и истина, она отражает противоречивость человеческого восприятия [2, с. 382]. Р. Музиль полагал, что «если подойти к метафоре рационалистически и отделить несовпадающее от точно совпадающего, получается правда и знание, но чувство окажется

уничтоженным... Отделив в метафоре все, что, вероятно, могло бы быть правдой, от просто словесной пены, правды обычно приобретают немножко, а всю ценность метафоры сводят на нет» [10, с. 653].

Обобщив опыт мыслителей, заметим, что сила воздействия метафоры зависит от многих факторов, среди которых наиболее важными являются коннотация и семантика (отрицательная или положительная) объекта, контекст, в который объект помещен, эмоциональность и яркая образность при описании предмета, объекта или явления.

При умелом использовании метафоры можно создать любой образ любого объекта (отдельного человека, партии или всего государства). Примером формирования общественного мнения может стать метафора из речи Джорджа Буша «О положении страны», произнесенной 29 января 2002 года. Президент Джордж Буш объявляет врагами Америки три страны – Ирак, Иран и Северную Корею – и называет их «осью зла». Оба компонента метафоры имеют негативную (скрытую в одном случае, явную – в другом) окраску. В формуле Буша, как в знаменитом рейгановском определении СССР как «империи зла», присутствует слово «зло». Кроме того, слово «ось» вызывает ассоциацию с пресловутой осью Берлин – Рим – Токио второй мировой войны. Тем самым данная метафора выражает, что три антагониста Америки представляют собой квинтэссенцию мирового зла.

Замечено, что речь политика становится метафоричной, как только центр тяжести переносится на эмоциональное воздействие. Так, когда в речи ультиматум превращается в угрозу, имеющую своей целью устрашение, он может быть выражен метафорически. Сфера выражения эмоций и эмоционального давления вносит как в обыденную, так и в политическую речь элемент артистизма. А вместе с ним и метафору.

Успешное воздействие на широкие массы с помощью метафор заключается и в том, что метафоры затрагивают главным образом эмоции, а не логику. А. Моль справедливо замечает, что «при современном состоянии культуры логическая мысль принимает лишь фрагментарное участие в убеждении, выступая в виде коротеньких последовательностей, связующих соседние понятия в поле мышления» [4, с. 117]. Эту идею развивает политолог С. Кара – Мурза, который утверждает, что «чем меньше давление мозаичной культуры, тем меньшую роль играет логика, тем более восприимчиво сознание к манипуляции. Место рационального мышления занимает мышление ассоциативное» [4, с. 117]. Кара – Мурза говорит о такой функции метафоры, как экономия интеллектуальных усилий: «соблазн сэкономить интеллектуальные усилия заставляет человека вместо изучения и осмысления какой-либо проблемы или ситуации прибегать к ассоциациям и аналогиям: называть эти вещи метафорой, которая отсылает ... к иным, уже изученным состояниям» [5, с. 358-361].

Известно, что путь политической метафоры к широкой аудитории лежит через СМИ. Если мы представим себе поле СМИ как рынок информации, то метафора в политической сфере коммуникации в каждом отдельном случае будет средством для захвата как можно большего количества потребителей. Её функции в применении к прагматической ситуации таковы: характеристика; концептуализация; оценка; креативность (по отношению к фигурам политиков); актуализация. Чаще всего метафора, используемая в сфере политики, служит для усиления отрицательного воздействия на потребителя, является орудием эмоционального влияния.

Любой текст, любое высказывание всегда подразумевает реципиента (акцептора), направлено на реципиента и предполагает реакцию реципиента. По словам Ю.М. Лотмана, взаимоотношения текста и аудитории характеризуются взаимной активностью: текст стремится уподобить аудиторию себе, навязать ей свою систему кодов, аудитория отвечает ему тем же. Текст как бы включает в себя образ «своей идеальной аудитории» [7]. Таким образом, использование метафоры (как и любого другого тропа) зависит от структур кодов, образующих семиотические личности автора и предполагаемого интерпретатора (читателя, слушателя, реципиента, акцептора). Эти семиотические

личности не идентичны, и поэтому автор, ориентируясь на реципиента, перекодирует свою изначальную мысль в соответствии со своей интерпретацией системы кодов потенциального читателя. Наиболее точной с точки зрения ожидаемой реакции реципиента такая перекодировка оказывается, если является адресной – когда автор достаточно хорошо представляет себе систему текстов, мифов, субкультуру, традицию, к которой принадлежит реципиент. Абсолютная безошибочность такой перекодировки невозможна. Поэтому чаще всего используются более однозначные интерпретационные коды, а именно метафоры, построенные на архетипических моделях, т.е., принадлежащих к коллективному бессознательному, или являющихся элементами общих мифов.

Политическая метафора есть речевое воздействие с целью формирования у реципиента (чаще всего – у общества, электората) либо положительного, либо отрицательного мнения о той или иной политической единице (политике, партии, программе, мероприятии).

Метафора в политической сфере преследует следующие прагматические цели:

- привлечение внимания аудитории;
- придание новой эмотивной окраски теме;
- построение авторского видения;
- усиление сенсационности сообщения;
- «украшение» речи.

Однако главная цель политической метафоры – воздействие на сознание и даже манипуляция им.

Речевые стратегии, в которых необходимо использование политических метафор, можно условно разделить на две основные категории:

- 1) стратегия дискредитации;
- 2) стратегия превознесения (оправдания).

Речевое воздействие представляет собой процесс речевого общения в аспекте его целенаправленности. Научные исследования показывают, что в любом акте речевого общения коммуниканты преследуют определенные неречевые цели, которые в итоге влияют на деятельность собеседника. Так, например, Р. Блакар утверждал, что выразиться «нейтрально» невозможно, так как даже неформальный разговор предполагает «осуществление власти», т.е. воздействие на восприятие и структурирование мира другим человеком [3].

Модель мира представляет собой определенным образом организованные знания о мире, свойственные когнитивной системе или её модели. С одной стороны, в модель мира входят общие знания о мире, которые можно считать «объективными». С другой стороны, в модели мира присутствуют и знания другого типа, которые условно можно назвать «субъективными». Это ценности и их иерархии, сематические конструкты типа «норма» и другие когнитивные структуры, обобщающие опыт индивида и социума.

На рубеже XVII и XVIII веков итальянский мыслитель Дж. Вико выдвинул идею о роли метафоры в языковом миротворчестве. Вико полагал, что образность является неотъемлемой чертой не только отдельных видов речевого общения, но и всего строения мышления. Метафора при таком подходе предстает как способ выражения определенного мировосприятия. Из всех образных средств она, согласно Дж. Вико, является самым ярким способом создания идеологических мифов посредством языка. Каждая эпоха конструирует свой миф, различие же состоит в используемых метафорах. Метафора в этом случае связывает язык с мышлением и культурой в ее национально-временной специфике [14].

Метафора не только формирует представление об объекте, она также определяет способ и стиль мышления о нем [2].

В метафорическом зеркале отражаются процессы, проходящие в различных сферах жизни общества. И.А. Стернин так характеризует общественно-политическую ситуацию в России, которая справедлива и для Украины, и для большинства стран СНГ: «Старая

общественно-политическая система разрушена, новая же еще не создана и представлена в настоящий момент мозаичным, эклектичным переплетением различных политических течений и доктрин, которые конфликтуют друг с другом в острой политической борьбе» [11]. Действительно, «используемые в современном политическом пространстве метафорические модели – это отражение существующих в социуме неосознанных представлений о специфике данного этапа развития общества». «В соответствии с представлениями современной когнитивной семантики метафорическое моделирование – это отражающее национальное самосознание средство постижения, рубрикации, представления и оценки какого-то фрагмента действительности при помощи относящихся к совершенно иной понятийной области сценариев и фреймов» [13, с. 42]. Заметим здесь, что автор теории фреймов (сценариев, в контексте которых изучаются предметные и событийные объекты), - М. Минский (Marvin Minsky). В его системе присутствуют аналогии, основанные на ключевой метафоре: «Такие аналогии порою дают нам возможность увидеть какой-либо предмет или идею как бы «в свете» другого предмета или идеи, что позволяет применить знание и опыт, приобретенные в одной области, для решения проблем в другой области» [9, с.291-292]. Так, многие политические явления и события описываются через дихотомические противопоставления «свой - чужой», метафоры здания, дерева, механизма, живого организма, войны и т.д.

Известно, что политические метафоры тесно связаны с типом политического мышления и тем самым с принятием политических решений. Например, интерпретация политической деятельности в терминах метафоры войны (политика как ведение военных действий: артобстрел, разведка боем и т.д.; политический успех как разгром врага, политическая программа как оружие и т.п.) ведет к конфликтности публичной политики.

Через СМИ власть создает и распространяет метафоры, которые формируют в обществе представления о разных областях нашей жизни. Проанализировав российские и украинские печатные издания в период с 1999 по 2001 г.г., мы можем сказать, что в СМИ наиболее активно в метафорической обработке представлены такие темы: политическая элита; региональная власть; выборы; президент; коммунисты; политические течения; финансовая олигархия; коррупция власти; реформы; кризис; долги; экономика; налоги; банки; бюджет; рынок; инфляция; СМИ. Можно заметить, что четко выделяются две сферы, требующие иносказания: внутривнутриполитическая и финансово-экономическая. Темы «кризис» и «реформы» являются промежуточными и принадлежат к той и другой сфере одновременно.

Участие политической метафоры в формировании политического образа зависит от частоты появления информации на определенную тему и от «пригодности» этой темы для привлечения внимания. Чем менее понятна тема среднему потребителю информации, чем больше в ней профессиональных понятий (например, финансово-экономических), тем большая вероятность появления метафор, заменяющих эти понятия. Это концептуальная функция политической метафоры.

СМИ, являясь главным источником подачи информации, пользуются сильными образными метафорами в сфере политики, в то время как отдельные политические лидеры используют слабые метафоры, возможно, в силу меньшего профессионализма в сфере владения языком.

Резюмируем сказанное. Метафоре присущи следующие внешние характеристики: она есть оружие мышления и познания в современном мире, она отражает фундаментальные культурные ценности, ибо основана на культурно-национальном мировидении. По мнению Н.В. Телия, метафора успешно выполняет роль призмы, через которую человек видит мир, ибо метафоры проявляются национально-специфичным образом во внешних функциях языка, а также в мифологиях, архетипах и т.д.[8].

Чаще метафора рождается при отрицательном отношении к объекту политической сферы. Метафора и политический образ взаимно связаны – сам образ, как правило, строится на метафоре. Метафору вызывает наиболее острая тема. Тема является гнездом

для формирования метафор. Кроме того, политические метафоры как средство формирования представлений о чем-либо ведут к появлению стереотипов – мыслительных конструкций, подавляющих способность увидеть явление в разных контекстах.

Метафора – наиболее оптимальная форма актуализации, адаптации любой политической идеи. Таким образом, метафора в жизни общества является мощным средством идеологического воздействия, с ее помощью формируются представления о различных сферах нашей жизни, что, безусловно, накладывает отпечаток на видение мира в целом, или на картину мира.

Источники и литература

1. Античные теории языка и стиля. [Статьи и тексты] // Под общ. ред. О.М. Фрейденберг. М. – Л.: Соцэргиз, 1936.-341с.
2. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека.-2-е изд., исп.-М.: «Языки русской культуры», 1999.-I-XV, 896с.
3. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия.- М., 1987. С.88-125
4. С.Кара – Мурза. Манипуляция сознанием.- М., 2000. С. 116-123.
5. С.Кара – Мурза. Манипуляция сознанием в России сегодня (София: История России. Современный взгляд).- Алгоритм, 2001 – 544с.
6. Клюев Е.В. Речевая коммуникация: Учебное пособие для университетов и вузов.- М.: «Издательство ПРИОР», 1998.
7. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история.- М., 1996.
8. Маслова В.А. Поэтический текст как объект филологического анализа. – Минск, 1999.- С.69-75.
9. Минский М. Остроумие и логика когнитивного бессознательного // Новое в зарубежной лингвистике, вып. XXIII: Когнитивные аспекты языка. - М., 1988, с. 291-292.
10. Музиль Р. Человек без свойств. - М.,1984. - Т.1 - С. 653.
11. И.А. Стернин. Социальные факторы и развитие современного русского языка // Теоретическая и прикладная лингвистика. - Вып. 2. Язык и социальная среда.- Воронеж: Изд-во В ГТУ, 2000. С.4-16.
12. Теория метафоры: Сб. (Общ.ред. Н.Д. Арутюнова и М.А. Журиной).- М.: Прогресс, 1990.
13. А.П. Чудинов. Россия в метафорическом зеркале. // Русская речь 4/2001. С. 42.
14. Языкознание. Большой энциклопедический словарь / Гл.ред. В.Н. Ярцева. – 2-е изд.- М.: Большая Российская энциклопедия, 1998.- С. 296-297.
15. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем // http://metaphor.narod.ru/Lakoff_main.htm (ссылка проверена 17.02.02).
16. Язык и культура: Сб.обзоров // Редкол.: Березин Ф.М. (отв.ред.), Садур В.Г.. - М.: ИНИОН, 1987. – 208с.