

ВИЗУАЛЬНАЯ МЕТАФОРА В ДИСКУРСЕ ИДЕОЛОГИИ

© ПАЛІТЫЧНАЯ СФЕРА
(ISSN 1819-3625) №4 (2005) стр.55-60

Александр Сарна

Метафора всегда занимала особое место в системе выразительных средств, используемых не только в художественной практике (литературе и искусстве), но и в любых видах риторической деятельности. Своеобразие метафорического способа выражения определяет возможности реализации прагматико-риторических функций метафоры и служит для обеспечения понимания в соответствии с уже сложившейся в данной культурной традиции системой значений, символов и образов.

За счет этого метафора может использоваться в концептуальных разработках науки и философии, а также для структурирования политического дискурса и обоснования всей системы идеологии.

«Метафора весьма эффективна в организации знаний способами, которые могут обслуживать наши социальные и политические цели. Возможно, метафора является наиболее мощным лингвистическим инструментом для преобразования действительности в мир, способный адаптироваться к целям и задачам человека. Метафора «антропоморфирует» социальную, а иногда даже физическую реальность и, осуществляя это, позволяет нам в истинном смысле этих слов приспособиться к окружающей действительности и стать для нее своими» [1, с. 85].

Любая метафора выстраивается по принципу монтажа — резкого «сближения» и сопоставления образов, принадлежащих самым различным, зачастую весьма удаленным друг от друга смысловым сферам, например, «люди — лодки, только на суше» (В. Маяковский). При этом один образ описывается через другой, связанный с первым по принципу аналогии (уподобления) на основе имеющих общих свойств и качеств, хотя устанавливаемое подобие ни в коей мере не является сущностным или универсальным: оно всегда контекстуально, ситуативно и субъективно. В метафоре наглядно и действенно реализуется прин-

цип индивидуализации, подчеркивающий уникальность и неповторимость объектов сравнения / сопоставления, выявляющий их сходство лишь в каком-то определенном ракурсе и акцентирующий все внимание только на какой-то одной детали, открытой нашему взгляду именно в данный момент. Поэтому метафора является идеальным средством навязывания своей точки зрения, сопутствующего ей видения и описания реальности, возможного только с какой-то определенной позиции, а также выбора соответствующих средств номинации и способов классификации объектов реальности [9].

Монтажный механизм метафоры здесь функционирует таким образом, что «при одновременной реализации первого и второго планов содержания (пресуппозиций) метафоры возникает третий план (то, что имплицитно продуцируется), т. е. новая художественная реальность. Построение новой реальности является одной из самых важных метафорических функций» [7, с. 85]. Именно использование принципа монтажа, благодаря которому может сочетаться буквально «все со всем», делает метафору универсальным и, вероятно, самым эффективным механизмом генерирования новых смыслов. Это наиболее оптимальный режим построения концепций и создания идеологии, поскольку он не требует детального разъяснения и логического обоснования, опираясь на эмоционально-аффективные переживания и чувственные компоненты восприятия (как правило, визуального).

Сама структура метафоры позволяет радикально сокращать путь от одного образа к другому, выбрасывая из системы рассуждений целые связи импликаций и цепочки причинно-следственных связей, что позволяет добиться значительно сокращения затрачиваемых усилий и экономии символических ресурсов репрезентации. Поэтому метафора, маркирующая определенный стиль мышления и соответствующую риторическую

стратегию, оказывается наиболее востребована на телевидении (в публичных выступлениях и рекламных роликах), когда дорога каждая секунда эфирного времени и требуются самые лаконичные и эффектные приемы концентрации внимания массовой аудитории.

Помещенная в ситуацию цейтнота, метафора сама по себе становится своеобразным «симптомом» кризиса легитимации, вынуждая автора сообщения прибегать к наиболее действенным средствам влияния на массовое сознание.

«Метафора — элемент кризисного мышления, мышления в проблемных ситуациях», но при этом она «задает то множество возможных выходов из кризиса, которое далее рассматривается политиком в процессе принятия решений» [8, с. 220].

Наиболее предпочтительной в такой ситуации становится *визуальная метафора*, которая выстраивается через соотнесение двух зрительных образов, выступающих в качестве иконических знаков, напрямую отождествляемых с теми или иными объектами репрезентации. При их монтажной состыковке друг с другом возникающий смысл трактуется уже как символ или аллегория такого явления, которое напрямую может быть и не связано с каждым из представленных образов.

Для прояснения особенностей функционирования механизма смыслообразования визуальной метафоры можно опираться на различие между понятиями «концепт» и «перцепт» (Ж. Делез). И тогда соединение двух «перцептов» (т. е. визуально воспринимаемых образов) создаст эффект возникновения уже не просто общего представления о каком-либо явлении или событии, но определенного «концепта» — *идеологемы*, выявляющей четко фиксируемую мировоззренческую позицию, за которой стоит достаточно легко поддающаяся экспликации система ценностных суждений автора по поводу той или иной проблемы.

Например, в видеоклипе Мадонны «Ray of light» совмещаются два образа, когда нам показывают плод в утробе матери, контуры которого высвечиваются на мониторе при просвечивании ультразвуком, а затем мы сразу же видим крысу, бегущую в колесе. Будучи помещенными в определенный контекст остального визуального материала, где в режиме ускоренной съемки показана жизнь американских мегаполисов в течение суток, эти образы сразу четко и достаточно однозначно могут быть интерпретированы как визуализация суждения «*современная жизнь в больших городах напоминает крысиные бега*» и даже сведены к классическому изречению «*все — суэта*

сует». Аналогичный эффект мы можем наблюдать в видеоклипе Е. Разумовской «Остановка сердца», где под общим лозунгом «*Останови насилье*» демонстрируются эпизоды документальных и любительских видеосъемок различных несчастных случаев, природных катаклизмов и техногенных катастроф, свидетельствующих о глубоком кризисе современной цивилизации. Особенно эффектным в данной ситуации становится монтаж фрагмента о забивании скота на бойне с последующим крупным планом «Бигмака», иллюстрирующий тезис о том, что мы буквально питаемся продуктами своего насилия над природой и в итоге губим сами себя.

Последний пример можно рассматривать и как отсылку к ряду эпизодов из фильма С. Эйзенштейна «Стачка», когда «один из владельцев завода выжимает лимон; в следующем кадре конная полиция давит забастовщиков. В конце фильма избивение рабочих показано в кадрах, чередующихся с кадрами забивания быка на бойне. Раненые рабочие падают на землю, кровь хлещет из горла быка» [11, с. 61–62]. В результате, как считал сам С. Эйзенштейн, смешанный монтаж избивения и бойни производит «мощную эмоциональную интенсификацию» этого эпизода из истории рабочего движения, способствуя активному сопереживанию со стороны зрителя. После С. Эйзенштейна В. Пудовкин использовал тот же способ в своем фильме «Мать», чередуя картины выплескивающейся на улицу рабочей демонстрации и дробящиеся льдины во время ледохода на реке, а также в фильме «Конец Санкт-Петербурга», вставив кадры биржевых торгов в сцены сражения.

Эти примеры свидетельствуют о том, что уже на ранних этапах развития кинематографа монтаж начал использоваться в качестве средства создания визуальных метафор и в дальнейшем стал активно применяться не только ради создания непревзойденного эстетического эффекта, но и для пропагандистского воздействия на сознание зрителя и закрепления в нем доминантных идеологических установок. В этом плане наиболее ярко проявило себя молодое советское кино, стремившееся связать тотальные политические преобразования с революционным новаторством в искусстве. Так, С. Эйзенштейн сравнивал свои фильмы с «трактором, перепахивающим психику зрителя», что считалось вполне оправданным ради достижения такой грандиозной задачи, как открытие «нового видения мира» исключительно художественными средствами. Визуальная метафора стала одним из наиболее мощных орудий революционного воздействия в сфере кинематографии и советского искусства в целом.

Несколько иначе обстоит дело с использованием метафоры в политическом дискурсе. Здесь метафора может употребляться как средство визуализации различных образов в речи политиков / аналитиков, эксплуатируя эффект «наглядности» как специфический аргумент в подтверждение тех или иных тезисов. Весьма колоритные примеры в этом плане нам постоянно предоставляет белорусское телевидение и особенно — первый национальный канал, который уверенно движется от *аналогии* к *демагогии*, то есть от «наивного» реализма (отождествляющего объект с его образом) к реализму «магическому» (оперирующему одними лишь образами). «Наивный» реализм верит в то, что существует прямая и однозначная связь слова с реальностью, «магический» сам устанавливает связь между словами и соответствующими им образами, тем самым превращая их в визуальную метафору. Функцией магического воздействия становится уже не претензия на «точное» или хотя бы «адекватное» воспроизведение реальности, но, скорее, утверждение реальности самих образов, произведенных в рамках масс-медиа.

Типичный пример — эпизод одного из октябрьских выпусков программы «Постскриптум» политобозревателя БТ Ю. Ледника, в котором слова «*оппозиционеры смакуют грязь, выскиваемую по углам*» сопровождаются соответствующей картинкой: сперва демонстрируются аппетитно поглощающие пищу люди (видимо, это то, что описывается в официальной риторике как «пир» оппозиции «во время чумы» на одном из банкетов, оплаченных зарубежными грантодателями), а затем сразу показаны уборщики, активно орудующие метлами для очистки доверенной им территории. В данной ситуации метафора возникает на сугубо концептуальной основе и служит лишь иллюстрацией к вербальному тексту. Сама по себе она никакой значимостью или осмысленностью не обладает, поскольку перцептивные образы здесь между собой совершенно не связаны: их объединяет, скрепляет воедино лишь «внешняя» принудительная сила идеи. Так происходит обратное движение смысла «внутри» метафоры — не от образа к идее, но, наоборот, от априорно заданного «доопытным путем» концепта-идеологемы («*оппозиция — враг Беларуси*») к непосредственному опыту визуального восприятия перцепта, материализованного прямо на экранах наших телевизоров. В этом случае монтаж становится уже не только наглядным средством агитации, но и излюбленным способом аргументации, не нуждающимся в детальном логическом обосновании выдвигаемых тезисов.

«Поле, телепространство, зоны смыслового и творческого отчуждения создают непредсказуемые концептуальные и смысловые смеси из тех концепций, которые входят в метафору» [3, с. 112].

Другой показательный пример из политической жизни Беларуси связан с недавним опытом наглядной агитации в преддверии референдума 17 октября 2004 года, когда плакаты и телевизионные ролики «Доверие. Стабильность. Референдум», а также «Беларусь. Референдум. Сохраним вместе!» использовали образ Беларуси как хрупкого хрустального шара, который заботливо несет в своих руках президент. Этот образ напрямую отсылает к речи А. Г. Лукашенко, его обращению к белорусскому народу по национальному телевидению в связи с решением о проведении референдума для обсуждения возможности предоставления президенту права баллотироваться на третий срок. «Я все эти годы бережно и с трепетом несу перед собой на своих руках этот светлый, хрустальный сосуд, имя которому — Беларусь. Несу, боясь его уронить, потому что уж очень он хрупкий и уязвимый», — особо отметил Александр Григорьевич. И хотя возникающие коннотации могли нести и негативный оттенок (за десять лет правления власть так и не смогла создать необходимый запас прочности и надежности для государства), предложенный визуальный образ все же следует признать удачным. Ведь ассоциации с твердыми круглыми объектами могли бы привести к совершенно противоположному результату (например, «чугунное ядро», пристегиваемое к колодкам каторжника, или «бильярдный шар» как объект для манипуляций и т. д.). Другое дело, что в этнокультурном контексте образ «хрустального сосуда» вовсе не обязательно реализуется именно в виде «шара»; ассоциативный ряд, связанный с «сосудами» вообще, семантически ограничен в массовом сознании и, как правило, приобретает весьма однозначную интерпретацию в качестве пресловутых «пол-литра». В этом плане образ шара ориентирован, скорее, на ту часть аудитории, которая сумеет увидеть в нем инструмент магической практики, средство преодоления пространственно-временных ограничений, подобно «оку Саурона», и мистического прозрения будущего именно в том виде, который декларируется как стратегия развития государства с позиций нынешней власти.

В рекламных плакатах данный концепт реализуется в результате символической проекции контуров республики, окрашенной в цвета государственного флага (красно-зеленый), внутрь хрустального шара, который, в свою очередь, оказывается помещен на открытую ладонь мужской

левой руки, а сверху прикрыт другой рукой. Тем самым образ визуализируется посредством совмещения, наложения друг на друга двух перцептов через соотношение с конкретным материальным объектом (хрустальный шар), который, однако, сам не может быть приведен в полное соответствие или тождество с предлагаемым референтом (Республика Беларусь). Образ «*Беларусь-в-шаре*», таким образом, соотносится лишь с речью Лукашенко, а не с самой реальностью, но при этом стремится к материализации метафоры в знаково-символической форме. Беларусь действительно становится «хрупким сосудом» в руках президента, происходит магическое воплощение образа и его закрепление в сознании электората в качестве реально существующего.

Подобный прием перцептуального конструирования идеологических концептов использовался и в агитационной кампании белорусской оппозиции, например, накануне президентских выборов 9 сентября 2001 г. Взяв на вооружение советское пропагандистское клише «*два мира — два образа жизни*», оппозиционеры выстраивали свои плакаты-наклейки под общим лозунгом «*Время выбирать*» путем сопоставления двух фотографий с изображением контрастных образов. Первый (например, концлагерь за колючей проволокой), отождествляемый с современным положением в Беларуси как результатом правления Лукашенко, был призван представлять его как безусловно негативное, а второй, противоположный по смыслу (особняк в викторианском стиле) — как возможный сценарий будущего развития и несомненно позитивный вариант для Беларуси в случае выбора нового президента.

Рассмотренные примеры свидетельствуют о том, что сообщение, которое опирается на визуальную метафору и использует ее в качестве центрального элемента своей структуры, становится носителем определенной идеи, концепта или «откровения» независимо от той формы, которое оно принимает (пусть даже и такую, казалось бы, сугубо развлекательную, как музыкальный видеоклип), превращаясь в определенный *message* — идеологическое послание. Так создается «икона» — доминантный образ (имидж) того или иного события, персонажа или явления, окруженный «аурой» (В. Беньямин), смысловым ореолом видения и понимания данного объекта репрезентации лишь под одним «углом зрения», т. е. в определенном ракурсе, задаваемом средствами массовой информации. «Возникает фрагмент реальности, структурированный относительно некоего авторитетного глаза, содержательно неизвестной инстанции, обладающей формальной полнотой

определенности. Однако сам фрагмент остается именно фрагментом, т. е. его смысловая упорядоченность сохраняет свой конвенциональный и ограниченный строй» [6, с. 394].

Если рассматривать «икону» как некоторый иконографический текст, претендующий на автономное, самостоятельное существование независимо от «реальности», то можно говорить о «власти метафоры», выстраивающей семантическое пространство данного текста вокруг себя и выступающей, таким образом, в качестве его смыслового центра. Однако на деле данный текст никоим образом не обладает самоценностью — он лишь обосновывает, обеспечивает концептуальную структуру прагматики социальных взаимосвязей. Поэтому особенно важно учитывать, что «любые точки зрения, в том числе и метафорическая, подчиняются логике центра, рассмотрение которого из перспективы другого центра отнимает у него характеристики, определяющие его как центр. Из этого следует, что трансценденталистская и метафорическая точки зрения выполняют абсолютно идентичные функции» [1, с. 84]. В таком случае трансценденталистская претензия на «истину в последней инстанции» сама может трактоваться символически и рассматриваться в качестве метафоры, использование которой в политическом дискурсе рассчитано на достижение конкретного риторического эффекта и дальнейшего структурирования социального пространства.

В результате метафора, будучи сама по себе нейтральным средством художественного выражения, может, тем не менее, использоваться не только как механизм смыслообразования, но и весьма эффективный инструмент социальной регуляции и управления, а также манипулирования общественным мнением. При этом «беда» метафоры не столько в том, что она позволяет ее автору «уклоняться от логики», но, скорее, в том, что она помогает ему навязать свою точку зрения как доминантную или даже «единственно верную», центрируя на себе все возможности интерпретации и отодвигая остальные варианты на периферию.

«Особенность и даже странность телевизионной метафоры в ее откровенном навязывании человеку смотрящему. За человека реагируют, ему подсказывают характер реакций, в крайнем случае, создают фон для подобной реакции» [3, с. 114].

Включаясь в систему образов, используемых для пропаганды тех или иных идей, метафора начинает функционировать на уровне конструирования символического пространства социума, становится материалом формирования коллектив-

ных представлений и идеологических доктрин. Она стимулирует процессы генерирования смыслов и осуществляет «производство социального» на трех различных уровнях репрезентации, выступая в качестве «воображаемого социального значения» (К. Касториadis): 1) *перцептуальное поле метафоры*; 2) *концептуальное поле (пространство) идеологии*; 3) *символическое пространство социума*. При этом по отношению к полю метафоры идеология как более объемная смысловая сфера становится «пространством», но по сравнению с гораздо большим пространством социума вновь может восприниматься в объеме «поля». В итоге «поле» выступает как результат совмещения, «наложения» и взаимопроникновения символического и физического пространств, которые, в свою очередь, также могут рассматриваться как метафора (ср. с понятием поля как сферой реализации социальных практик, а также деятельности социальных агентов [4]).

Вопрос, таким образом, заключается в том, чтобы прояснить, как перцептуальное и семантическое поле метафоры коррелирует с символическим пространством социума, и можем ли, воздействуя на первое, изменять второе? «Реалисты» от телевидения уверенно отвечают: «Да, можем», — и создают идеологию, концептуальные положения которой и предлагают нам отождествлять с реальностью. Для этого им становится необходима метафора, в процессе конструирования которой устанавливается «отношение квазитождества между метафорической моделью и объектом осмысления, что позволяет далее оперировать объектом как полномочным «представителем» метафорической модели» [8, с. 218].

На уровне перцептуального поля метафоры главным источником порождения новых смыслов становятся авторские ассоциации, присущие конкретному индивиду и обусловленные его уровнем образования, коммуникативными навыками и стилем мышления. Автор осуществляет ряд операций по работе с образами, наиболее важными из которых можно считать «*узнавание*» как идентификацию объекта, выделенного из множества ему подобных, и его «*замещение*» на схожий аналогичный объект. При этом незнакомое или «чужое» описывается через известное, подвергается заданной классификации и распознается в качестве «своего».

«Метафора отвергает принадлежность объекта к тому классу, в который он на самом деле входит, и утверждает включенность его в категорию, к которой он не может быть отнесен на рациональном основании. Метафора — это вызов природе.

Источник метафоры — сознательная ошибка в таксономии объектов» [2, с. 17–18].

Именно эта процедурная особенность метафоризации позволяет активно **использовать метафору в поле идеологии**, где наиболее важными аспектами функционирования метафоры становятся «*присвоение*» и «*включение*» номинируемого объекта в определенные системы представлений и интерпретативные схемы. На данном уровне происходит переход от *эвидентности* (сравнения разнопорядковых объектов) к *эквивалентности* (сопоставлению объектов одного порядка) и установлению денотативных связей в системе репрезентации. Здесь метафора интегрируется в уже сложившуюся традицию (поэтическую, религиозную, научную и пр.), оценивается в соответствии с принятыми в этой традиции критериями и в итоге получает статус концепта, за которым закреплены достаточно проясненные устойчивые значения. Особая роль в этом отводится базовым, или ключевым, метафорам, задающим с помощью тех или иных культурных универсалий аналогии и ассоциации между различными образными системами и порождающим более частные метафоры. Как отмечает М. Минский, «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. Именно таким образом осуществляется распространение знаний от одной научной парадигмы к другой» [цит. по: 2, с. 14].

На уровне социального пространства актуализируются уже преимущественно прагматические функции метафоры — «*оправдание*» и «*закрепление*», позволяющие использовать ее в качестве символического средства регуляции и легитимации социальных действий, нормативных предписаний и институтов контроля. Она может использоваться как инструмент достижения чисто прикладных целей в морали, праве, политике и экономике, выступая в качестве средства обоснования мотивационной структуры действий социальных акторов в самых различных ситуациях. Здесь метафора зачастую отождествляется с символом, который «приобретает власть над человеком, диктуя выбор жизненных путей и моделей поведения. Не случайно также, что сообщества людей отмечаются социальной символикой, назначение которой — объединять и направлять усилия коллектива.

Однако смысловая интерпретация государственной, племенной и национальной символики может быть весьма туманной и даже нестабильной: властность символа обедняет его смысл» [2,

с. 26]. Это происходит за счет того, что символ всегда выстраивается на основе образа-обобщения, метафора же есть «образ-индивидуализация» (Н. Арутюнова). Поэтому здесь можно говорить о коннотативной составляющей процессов смыслообразования, которые и превращают, казалось бы, уже достаточно обоснованный и устойчивый идеологический концепт в несколько неопределенный и неоднозначный политический символ. При этом значение форм символического господства как важного структурирующего фактора возрастает по мере монополизации государством права на легитимное насилие, а сам концепт выступает средством оправдания действий политика.

«Когда власть облачается в слова, дискурс власти является дискурсом силы. Это дискурс самоустановления и самолегитимации» [8, с. 172].

Однако вправе ли мы обвинять политика во лжи в том случае, если он использует в своей речи метафору? Ведь метафора не подтверждает истинность или ложность его высказываний, но, скорее, делает их бессмысленными в логическом отношении, помещая в другой семантический контекст. «Если обычный контекст детерминирует слово внутри его значения, то детерминация при метафорическом контексте происходит вне значения. Таким образом возникает напряженность между значением и вне его лежащим представлением. Эта напряженность составляет очарование метафоры» [5, с. 67]. Она заставляет нас расценивать речь политика уже, скорее, с точки зрения ее эстетической значимости: нельзя сказать, лжет ли нам этот человек или нет, но мы можем оценить, насколько красиво он говорит и уместно ли в данном случае использование той или иной метафоры. Политик оказывается недостижим для критики, поскольку к сообщению, построенному на основе и «вокруг» метафоры (будь то идеологическая доктрина или политическая программа) невозможно предъявить конкретные претензии, равно как и требовать «реализации» самой метафоры на практике. Единственный способ реализации, который становится здесь возможен, это сам акт предъявления / представления метафоры, разворачиваемый как некоторый «спектакль» в медиа-пространстве и ориентированный на при-

влечение внимания как можно большей части аудитории. В таком случае «субъект сам структурирует путем выбора и репрезентации авторитетные и значимые для себя инстанции и оценивает себя самого, но уже без экспликации оснований собственной оценки. Медиация ценностей произведена. Жизнь победила неизвестным ей способом» [6, с. 393]. Аминь.

Литература:

1. Анкерсмит Ф. Р. *История и тропология: взлет и падение метафоры*. — М.: Прогресс-традиция, 2003. — 496 с.
2. Арутюнова Н. Д. *Метафора и дискурс // Теория метафоры*. — М.: Прогресс, 1990. — 512 с. — С. 5–32.
3. Барабаш Н. А. *Телевидение и театр: игры постмодернизма*. — М.: МПГУ, 2003. — 182 с.
4. Бурдые П. *Социология политики*. — М.: Socio-Logos, 1993. — 336 с.
5. Вайнрих Х. *Лингвистика лжи // Язык и моделирование социального взаимодействия*. М.: Прогресс, 1998. — С. 44–87.
6. Гудков Л. Д. *Метафора и рациональность как проблема социальной эпистемологии*. — М.: РУСИНА, 1994. — 432 с.
7. Крюкова Н. Ф. *Метафора как прагматическое средство при построении художественного текста // Языковое общение: процессы и единицы: Межвуз. сб. науч. трудов / Калининск. гос. ун-т*. — Калинин, 1988. — 132 с. — С. 81–86.
8. Ленуар Р. *Социальная власть публичного выступления // Поэтика и политика: Альманах Российско-французского центра социологии и философии Ин-та социологии Российской Акад. наук*. — СПб.: Алетейя, 1999. — 351 с. — С. 167–192.
9. *Метафора в языке и тексте*. — М.: Наука, 1988. — 176 с.
10. Тихомирова Е. А. *Метафора в политическом дискурсе // Методология исследований политического дискурса: актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов*. Вып. 1. — Мн.: БГУ, 1998. — 283 с. — С. 214–221.
11. Фернандес Д. *Эйзенштейн: психоаналитический этюд*. — СПб.: ИНАПРЕСС, 1995. — 208 с.