

СМЫСЛОВЫЕ ПОЛЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЛОЗУНГОВ (на примере предвыборных материалов партии «Единая Россия»)

*Работа представлена кафедрой философии
Ставропольского государственного аграрного университета
Научный руководитель – доктор философских наук, профессор И. И. Гуляк*

В статье анализируются смысловые поля политических лозунгов, определяется их значимость и воздействие на потенциальный электорат.

В современном мире возрастает значимость политической коммуникации, от правильной интерпретации которой зависит решение целого ряда социально-политических проблем. Исследования, проводимые в области политического дискурса, широко представлены в коммуникативной лингвистике, однако типы, жанры, категории этого дискурса еще недостаточно изучены. Так, коммуникативный потенциал жанра политического лозунга до сих пор не оценен по достоинству. Изучение и систематизация вербальных средств речевого воздействия, реализуемого посредством концепции политлозунга, позволяет вскрыть механизмы осуществления общения политика с потенциальным электоратом.

Теоретическая значимость изучения смысловых полей политических текстов в целом и политического лозунга в частности заключается в дальнейшем развитии и углублении теорий дискурса и речевого воздействия, в уточнении жанров гибридного характера (институциональный и межличностный виды общения), в освещении национально-культурных параметров политического дискурса, в социолингвистическом моделировании языковой личности политика.

Политический дискурс как разновидность персуазивного дискурса отмечен манипулятивной спецификой, которая выражается в оказании речевого воздействия на адресата с целью внести когнитивные из-

менения в его картину мира, которые повлекут за собой регуляцию диспозиций и деятельности адресата в пользу адресанта. Речевое воздействие осуществляется посредством коммуникативных стратегий и тактик, суть которых заключается в операции над знаниями адресата, над его ценностными категориями, эмоциями, волей.

Воздействие на избирателя осуществляется через дискурсивный аспект политической деятельности кандидата при проведении предвыборной кампании, а именно: через предвыборные лозунги политических партий, которые по сути тоже являются коммуникативными актами. Коммуникативная деятельность политиков характеризуется наличием определенных стратегий, что является отличительной чертой дискурса политической борьбы. Коммуникативные стратегии помогают реализации тех или иных целей политиков, а одной из таких целей является оказание воздействия на избирателей и их решения. В дискурсе политической борьбы проявляются такие типы воздействия, при помощи которых политики добиваются осуществления таких своих коммуникативных целей, как аргументация, авторитет, манипулирование и сила.

Вслед за Е. И. Шейгал мы определяем язык политики как «весь корпус знаков, составляющих семиотическое пространство политического дискурса»¹.

Немало проблем современного политического развития коренится в непонимании его участниками друг друга, в неспособности многих из них четко выразить свои устремления, что напрямую указывает на искажение самого процесса познания в политической коммуникации. Анализируя смысловые вариации политических лозунгов, обратимся прежде всего к понятию отражения и одному из его видов – интервальному стилю отражения, который, в свою очередь, базируется на идее дискретности.

Идея дискретности, возникшая в XIX в. в сфере естествознания, в XX–XXI вв. стала проникать и в гуманитарное знание, в

частности, в науки, изучающие процесс познания – в гносеологию и психологию. В течение ряда столетий момент текучести, постепенности и континуальности в актах познания заслонял собой (когда пренебрегали диалектикой) другую важную сторону познания – момент дискретности в процессах отражения, «атомизм» в структуре познания. Между тем, простейшие наблюдения, например, за структурой нашего восприятия, обнаруживают его дискретный характер. С дискретностью мы с необходимостью встречаемся и на концептуальном уровне. Абстрагирование есть процесс расчленения целого и отбрасывание связей, посторонних с точки зрения определенной познавательной задачи. Каждое такое расчленение есть дискретный акт: мы либо учитываем данный признак, данную зависимость, либо оставляем ее за скобками анализа. Первый факт связан с явлением фокусировки. Известно, что по мере сокращения расстояния между наблюдателем и предметом, наблюдатель видит предмет все более отчетливо, но на определенном расстоянии от предмета достигается такая «сфокусированность» образа, что дальнейшее приближение уже не дает ничего нового с познавательной точки зрения. Напротив, в этом случае детали могут затмить наблюдаемое целое. Образно это выражено С. Есениным:

Лицом к лицу

Лица не увидеть.

Большое видится на расстоянье².

Концептуальный сдвиг при переходе от частной теории к более общей разумно рассматривать как качественный скачок в видении мира, связанный с порождением новой семантики. Переход от старого знания к новому происходит здесь не постепенно, а скачкообразно. При этом было бы неверно говорить о полном разрыве с прежним знанием, поскольку новое понятие возникает как особого рода синтез понятий предшествующих теорий (представлений), играющих роль исходных семантических еди-

ниц. Свертывание этих единиц в рамках более широкой теории в новую семантическую конфигурацию подчиняется важному требованию: смысл исходных понятий не должен меняться, изменяются лишь условия их применимости, их смысловая взаимосвязь и место в структуре новой теории³.

Применительно к поднимаемой проблеме – анализу смысловых полей политических лозунгов – интерес представляет не сам по себе факт дискретности в структуре и механизме познания (мышления), а более содержательная в философском отношении проблема. Чем детерминируется этот факт: объектом или особенностями субъекта? Условиями познания или социокультурными факторами? Какова диалектика прерывного и непрерывного в политическом дискурсе?

Люди издавна ощущали магическую силу слова. У шумеров бог Энки творил мир нарицанием имен вещам и существам. «Как язык поименовал, так да будет право» (*Uti lingua nuncupassit, ita jus esto*) – гласит один из основополагающих принципов римского права. Со времен безоговорочной веры в созидательную силу слова утекло много воды. Возникли идеи, что слова даны людям для сокрытия своих мыслей, что «мысль изреченная есть ложь». Для таких суждений имелось немало резонансов. Изреченная мысль облекается в слово и творит свою собственную, отчужденную от породившего ее человека реальность. Однако вместо сизифовых усилий по преодолению этого отчуждения многие предпочитают тешить себя убежденностью кэрролловского Шалтая-Болтая, будто они полные господа своим словам – хотят дают, хотят берут назад.

В политике это парадоксальное соединение веры в творящую силу слова с убежденностью в нашем полном господстве над ними проявляется остро, порой трагически. Политическое действие начинается словом и держится им. Политика, как известно, – совершенное общение. Окажись

оно несовершенным, место политики заступит деспотия и «война всех против всех». Однако большинство убеждено: нечего заботиться о словах, было бы, что сказать, так оно само собой и скажется. И усомниться в этом предрассудке не помогает ничто – даже бесконечные уроки того, что сказывается как раз не то, что хотелось выразить, делается не то, что хотелось сделать.

Говоря метафорически, рой неясных, но тяготеющих друг к другу идей относительно какого-то аспекта политики постепенно сбивается все плотнее. Затем в один прекрасный момент роившиеся вместе с идеями слова перекрываются и соединяются одним великолепным словом. Тогда это – уже единое – существо начинает различать внутри себя все новые краски, оттенки, переливы, узнавать в них историю сбивающегося роя идей. Велика сила лозунгов. В иные времена они поднимали целые народы. Стоит вспомнить, например, «Свобода, равенство, братство!» или «Землю – крестьянам!». Лозунги не просто символизируют причастность людей к некому общему делу, как, например, знамена или прочие геральдические атрибуты. Лозунги передают буквально и смысловую квинтэссенцию этой причастности. Лозунг несет и энергетическую и смысловую нагрузку. Именно удачное сочетание энергетики и смысла обеспечивает мобилизующую силу лозунга. Лозунг как бы цементирует всю кампанию, связывает единым смыслообразом все виды предвыборной активности.

Если смыслы, положенные в основу лозунга, будут интересны только кандидату и не найдут понимания у избирателей, то провал обеспечен. Если же, наоборот, кандидат будет заискивать перед избирателем и не вложит в лозунг тех смыслов, что близки или хотя бы не противоречат его собственному мировоззрению (а такие противоречия встречаются часто), то избиратели почувствуют фальшь. Ведь чем больше выборный опыт общества, тем легче распознается дешевый популизм⁴.

Удачный лозунг должен стать смысловым и энергетическим перекрестьем устремлений кандидата и чаяний избирателей.

Анализируя смысловые поля политических лозунгов, следует остановиться на так называемых фрактальных зонах. Естественное состояние колебания познавательной деятельности между образом и знаком в постижении смысла приводит познающего субъекта в состоянии неустойчивости. Состояние неустойчивости, нестабильности обеспечивает адекватность описания «фрактального синдрома»: одно четкое изображение уже ушло, а другое еще не пришло. Данное положение может быть проиллюстрировано на примере восточной мудрости: смотришь на скульптуру льва из золота – видишь льва – не замечаешь золота, видишь золото – не замечаешь льва. На одном и том же рисунке можно увидеть два разных сюжета, но не одновременно: либо один, либо другой. Парадоксальным же остается тот момент сознательного усилия, когда делается попытка увидеть оба сюжета сразу. Здесь фиксируется какой-то слой работы сознания, на который и указывает термин «фрактал». Глаз продолжает «работать» и во фрактальном режиме, но его функционирование таково, что представленная картинка начинает как бы «мерцать», появляется и вновь сменяется другой картинкой.

Так и в ситуации с трансформацией смыслов в политическом лозунге. Постигание происходит то на уровне знака, то на уровне образа, причем это нельзя назвать «чистым» переходом. Всегда присутствует некое слияние через символ, некий синтез образа и знака в процессе постижения сущности того или иного явления, что особенно явно прослеживается в художественном творчестве. Таким образом, «борьба» знака и образа за верховенство в постижении смысла обеспечивает динамику смыслов в языке политического лозунга.

Идеологемы, используемые для создания лозунгов, можно условно подразделить

по качеству их общественно значимой ценности. Например, можно выделить идеологемы, апеллирующие к *общественно-полезным человеческим качествам*, таким как порядочность, честность, совесть, добро, добрая воля, духовность, вера, надежда, честь, достоинство, человечность, разум, ответственность, целеустремленность, профессионализм, принципы, принципиальность и т. п.

Наибольшую группу идеологем составляют, очевидно, пригодные для конструирования предвыборного лозунга *общечеловеческие ценности*, такие как благо, благополучие, благосостояние, богатство, процветание, мир, порядок, достойная жизнь, счастье, закон, законность, правда, гуманизм, доверие, прогресс, традиции, возрождение, развитие, обновление, «новое», время, современность, «современное», перспективы, союз, конструктивность, национальное согласие, консенсус, сотрудничество, партнерство, культура, стабильность, реализм, суверенитет, центризм, экология, эффективность и т. д.

Можно выделить политически окрашенные группы идеологем. Например, идеологемы, отражающие патерналистские, или *социоцентристские ценности*: справедливость, достаток, народ, народность, народовластие, большинство, равенство, обеспеченность, забота, уверенность в завтрашнем дне, здоровье, работа, труд, социализм, единство, единение, «общее» («общее дело», «общий дом»), соборность, коллективизм и т. п.

Близко к социоцентристским стоят патриотические, или, точнее говоря, *державные ценности*: держава, державность патриот, патриотизм, Отечество, Родина, могущество, государственность, национальные интересы, национальный характер, национальная безопасность, величие, «великое», сила, воля и т. п.⁵

На примере предвыборных лозунгов партии «Единая Россия» выделим основные смыслообразующие линии:

1. Социальное обеспечение, особенно в части, касающейся пенсионеров, ветеранов, материнства и детства, бесплатные социальные гарантии в образовании, здравоохранении и т. д.: «Достойная зарплата – путь к преодолению бедности», «Достойную жизнь людям», «Улучшение благосостояния граждан», «Чтобы достойно жить!»

2. Наведение порядка во власти, соблюдение законности и борьба со злоупотреблениями, создание хороших законов: «Конкретные дела».

3. Патриотизм, национальное или государственное возрождение: «Россияне нашей страны, объединяйтесь!», «Консолидация общества».

4. Экономическое возрождение и хозяйственные решения: «Вместе с Президентом – за реформы».

5. Экология, чистота окружающей среды: «Здоровая нация!».

6. Обеспечение разного рода возможностей – в обучении, трудовой деятельности, предпринимательстве: «Доступное жилье молодым семьям, ветеранам», «Забота о матерях и детях», «Обеспечить работой».

7. Использование образа Президента: «Вместе с Президентом!», «Мы – партия Президента», «Путин – наш Президент».

Очень важна форма лозунга. Она должна экспрессией умножать его энергетику. Необходимо использовать не только средства выражения смысла, но и средства выразительности: экспрессивно заряженные грамматические формы. Неплохими грамматическими средствами экспрессивности лозунгов являются восклицательный знак, эллиптическое тире, параллельные конструкции с тире, формы императива, формы двухчленного и трехчленного номинатива.

Конечно, могут использоваться и простые грамматические конструкции, не оснащенные какими-либо средствами экспрессии. Но в таких случаях надо помнить, что мобилизующая энергия должна заключаться в содержании этих конструкций, если уж не заключается в форме. Дело в том,

что существует очень немного ценностей, которые в конкретный момент времени в конкретном месте обладают достаточной мобилизующей энергией, способны увлечь или хотя бы привлечь избирателя. Поэтому на помощь все-таки приходят *лозунговые средства выражения и выразительности*.

Многозначность образов в политических лозунгах определяется тем, что отдельные свойства образов, их грани, могут при этом вступать во взаимодействие друг с другом сразу в нескольких «смысловых плоскостях». Такие отдельные взаимодействия и сцепления могут выглядеть с логической точки зрения противоречащими друг другу, что и создает впечатление неоднозначности, но тем не менее сохраняется смысл.

Это напоминает факт, на который обращал внимание Леонардо да Винчи. «Многочисленны случаи, – пишет он, – когда волна бежит от места своего возникновения, а вода не двигается с места, – наподобие волн, образуемых в мае на нивах течением ветров: волны кажутся бегущими по полю, между тем нивы со своего места не сходят»⁶.

Об этом же писал и биолог В. Н. Беклемишев: «Живой организм не обладает постоянством материала – форма его подобна форме пламени, образованного потоком быстро несущихся раскаленных частиц; частицы сменяются, – форма остается»⁷. Равно тому, как образы со временем наполняются новым содержанием, но по форме не изменяются.

Основатель кибернетики Н. Винер сравнивал живой организм с сигналом, который можно передать по радио или телевидению. «Мы лишь водовороты в вечно несущейся реке. Мы представляем собой не вещество, которое сохраняется, а форму строения, которая увековечивает себя. Форма строения представляет собой сигнал, и она может быть передана в качестве сигнала»⁸.

В работах В. А. Лефевра обнаруживаются сходные мысли. Ссылаясь на Н. Винера, он пишет о системах, отношения между которыми он называет отношениями «ткань – рисунок». «Но это не рисунок типа рисунка на ковре, – это скорее подвижное изображение на экране»⁹.

Явления подобного рода было предложено называть куматоидами (от *греч.* *kuma* – «волна»), специфической особенностью которых является относительное безразличие к материалу, их способность как бы «плыть» или «скользить» по материалу подобно волне.

Применительно к нашим рассуждениям, можно сказать, что смысл политиче-

ского лозунга, подобно воде «не двигается с места», а образы и знаки при трансляции смысла в процессе политической коммуникации трансформируются, подобно волнам, которые «кажутся бегущими по полю».

Дискурс политических лозунгов – благодатная почва для применения техник НЛП, к которым можно отнести следующие:

а) умышленное использование пресуппозиций через модальные операторы («требуется», «должен»);

б) перегрузку сознания реципиента информацией или воздействие на разные каналы получения и переработки информации;

в) метафоризацию.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. Волгоград, 2000. С. 20.

² Есенин С. А. Письмо к женщине // Есенин С. А. Избранные сочинения. М., 1983. С. 207.

³ См.: Лазарев Ф. В., Новоселов М. М. Методологическое значение проблемы точности в развитии естественнонаучных теорий // Материалистическая диалектика как общая теория развития. М., 1982. Т. 2.

⁴ Ильин М. В. Политический дискурс: слова и смыслы (Государство) // Полис. 1994. № 1. С. 127–140.

⁵ Там же.

⁶ Леонардо да Винчи. Избр. произв. М., 1955. С. 350.

⁷ Беклемишев В. Н. Об общих принципах организации жизни. Биоценологические основы сравнительной паразитологии. М., 1970. С. 7.

⁸ Винер Н. Кибернетика и общество. М., 1958. С. 104.

⁹ Лефевр В. А. Конфликтующие структуры. М., 1973. С. 141.