

В.Ф. ПЕТРЕНКО

ЯЗЫК МЕТАФОРЫ В РЕЙТИНГЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЛИДЕРОВ

Идея рейтинга политических лидеров принадлежит А. Брейну, который установил, что помимо вполне осознанных политических установок избирателей на рейтинг влияет множество факторов, связанных с работой бессознательного: неосознанные проекции образа мудрого и всезнающего отца, всегда готового покарать «Старшего брата» (в духе Оруэлла), представление его как героя-любownika, идентификация с ним и даже его обожествление¹.

Как показывают исследования А.П. Назаретяна, в зависимости от политической зрелости личности и когнитивной сложности ее сознания эти входящие аспекты обладают разной силой воздействия [5, 6, 7]. Субъект, обладающий высокой когнитивной сложностью, столкнувшись с диссонансной информацией, касающейся значимого для него события или личности, склонен к разрушению стереотипа и созданию объемного образа, тогда как у когнитивно простого субъекта в аналогичной ситуации стереотип не разрушается, а меняет модальность на противоположную: например, безусловно позитивное меняется на негативное.

В демократической процедуре выбора и в ее предварительном виртуальном варианте, рейтинге, имеются широкие возможности для искажения результатов: от прямой фальсификации — «не важно как голосуют, главное кто подсчитывает» — до способов манипуляции общественным мнением, например, введением в опросный лист «двухслойного» предложения, где безусловно принимаемая респондентом первая часть «увязывается» с неким утверждением, на которое ангажированный исследователь хотел бы получить позитивный ответ. Например: «Хотели бы вы жить в демократической стране (или в свободной демократической республике — возможны варианты), где ...», а далее — любое нужное утверждение. Этот прием широко используется при гипнозе, например, после утверждения «чем более тяжелеют ваши руки» (что вызывается чисто физиологической причиной), следует «тем более вы погружаетесь в сон»; «вы смотрите мне в глаза, и у вас затуманивается сознание»; «чем выше поднимается, всплывает ваша рука, тем глубже вы погружаетесь в приятное гипнотическое состояние». Сходный прием ис-

Петренко Виктор Федорович — член-корреспондент РАН, заведующий лабораторией «Психология общения и психосемантики» факультета психологии МГУ им. М.В. Ломоносова. **Адрес:** 103009 Москва, ул. Моховая, д. 8, корп. 5. **Телефон:** (095) 292–48–59. **Электронная почта:** petrenko@moscow.portal.ru
Исследование проведено при поддержке Российского гуманитарного научного фонда, грант № 00–06–00240.

¹ Психологические механизмы политического поведения рассмотрены в монографиях Л.Я. Гозмана и Е.Б. Шестопал [1], Д.В. Ольшанского [2], В.Ф. Петренко и О.В. Митиной [3], А.И. Юрьева [4].

пользует и реклама: «Земля вертится — доказано Галилеем; надежная техника существует — доказано Занусси». Гипнотерапевт В. Кучеренко называет этот прием, широко используемый суггестором в рамках «логики транса» М.Т. Орна, приемом «ложной связки».

Возможны различные варианты экспликации общественного мнения, при которых процедура опроса влияет на его результат, и, что более важно, через обратные связи «круговой каузальности» — на само общественное мнение. Социологам и психологам хорошо известен феномен «самореализующегося прогноза», когда предварительные гипотезы, прогнозы, диагнозы, будучи актуализированными, воздействуют на восприятие и осознание действительности, а через них — на поведение человека (в том числе электро-ральное). При оценке рейтинга того или иного политика респонденту задается прямой вопрос, за кого он собирается голосовать; процент от общего числа респондентов в репрезентативной выборке, склоняющихся к выбору того или иного политического лидера, считается рейтингом последнего. Этот социологический параметр, легко верифицируемый результатами выборов, рассматривается также как мера политического веса, значимости того или иного политического лица. Однако такой параметр учитывает только людей, поддерживающих данного кандидата, и не учитывает тех, кто активно его отвергает. Известен случай из новейшей российской истории: на выборах в Верховный Совет РСФСР засчитывались голоса против; будущий президент Б.Н. Ельцин не набрал необходимого процента голосов и прошел в депутаты только после того, как кандидат из Сибири добровольно снял свою кандидатуру в его пользу. Такая процедура голосования давала преимущество малоизвестным фигурам, не имеющим ярко выраженного политического лица и, соответственно, политических противников. Этот пример свидетельствует не только о важности выбора процедуры голосования, но и о том, что политический вес того или иного лидера определяется как числом поданных за него голосов (реальных — на выборах или виртуальных — при построении рейтинга), так и числом голосов избирателей, активно его не приемлющих. Баланс голосов «за» и «против» характеризует меру консенсуса в обществе относительно данной персоналии; Д.С. Лихачев выразил это следующим образом: «Надо было изменить форму бюллетеней на предстоящих выборах президента России — против каждой фамилии кандидата ставить плюс и минус, “за” и “против”, а потом из числа голосов, поданных “за”, вычесть голоса, поданные “против”»². Данный принцип построения рейтинга мы и используем в рамках экспериментальной психосемантики.

В наших исследованиях респонденты оценивают имидж политического лидера по семибальным шкалам (3, 2, 1, 0, -1 -2 -3), где наряду с оценками типа «я проголосовал бы за этого кандидата» присутствуют и негативные оценки. Помимо шкалы прямого предпочтения используются шкалы, оценивающие вероятность избрания того или иного лидера — «рейтинг ожидания», — а также шкалы, характеризующие его компетентность, политические и экономические установки, волевые и личностные качества, наличие в его

² Коммерсант Daily. 1999. 1 октября.

команде квалифицированных специалистов, социально-демографические особенности его электората и т. п. «Рейтинг ожидания» в паре с «рейтингом выбора» позволяют обеспечить более тонкую нюансировку имиджа, так как возможна ситуация, при которой респондент, считая вероятность избрания самого предпочтительного для него кандидата низкой, проголосует за «меньшее зло».

Использование множества шкал-характеристик способствует построению многомерного рейтинга, а учет голосов не только «за», но и «против» дает, на наш взгляд, более взвешенную, хотя и не верифицируемую непосредственными результатами голосования на выборах, оценку авторитета политиков в обществе. Например, в нашем исследовании многомерного рейтинга в 1997 г., проведенном по указанной выше процедуре, на левом полюсе политического спектра лидировал А. Тулеев (а отнюдь не имеющий более высокий «рейтинг выбора» Г. Зюганов) как более приемлемая фигура не только для левого электората, но и для всего российского общества. Это может быть связано, в частности, с интернациональной позицией Тулеева и национал-патриотическими установками Зюганова.

Ниже мы проиллюстрируем принцип психосемантического построения многомерного рейтинга на примере оценки политических лидеров с помощью шкал-фразеологизмов русского языка. Использовались глагольные и именные фразеологизмы типа: «халиф на час», «ловит рыбу в мутной воде», «не из робкого десятка», «мастер на все руки», «светлая голова», «глас вопиющего в пустыне», «восходящая звезда» и т. п. Особенностью фразеологизмов является их метафорический, образный характер, закрепленный в фразеологической идеоматичности. Несерьезность, каламбур, ирония, свойственные фразеологизму, выручают там, где невозможно найти точного определения³. В силу компрессии общественного опыта во фразеологизмах ярко проявляется национально-культурная специфика языка, его связь с историей и обычаями. Эти «обычные выражения», являющиеся, по мнению Ф.Н. Буслаева, своеобразными микромифами, содержат «и нравственный закон, и здравый смысл, выраженный в кратком изречении, которое завещали предки в руководство потомкам»⁴. Описываемое исследование проводилось на нерепрезентативной выборке студентов с целью проиллюстрировать сам принцип построения многомерного рейтинга с помощью психосемантических методик [9–12].

Процедура исследования. Респонденты оценивали соответствие того или иного фразеологизма (как метафорической формы описания) образу того или иного политического лидера по семибальной шкале (3, 2, 1, 0, -1, -2, -3), где «3» означало полное соответствие характеристики данному образу, «0» — отсутствие данного качества, а «-3» — наличие полностью противоположного качества. В исследовании представлены «два среза» политического менталитета студентов: в 2000 г., накануне президентских выборов, было

³ См. положение А.А. Потебни о «сгущении мысли», при котором смысл развернутого текста находит выражение в одном изречении.

⁴ Подробнее об использовании фразеологизмов для описания образа личности см. публикацию [8].

опрошено 104 чел.; год спустя, в 2001 г. — 100 чел. В качестве объектов оценки в 2000 г. выступали кандидаты в президенты, в 2001 г. — ряд российских лидеров различной политической направленности и те, кого оценивали ранее. Персоналиям, которые оценивались дважды, соответствуют две координатные точки в семантическом пространстве. Отрезок от первой до второй координатной точки образует вектор изменения имиджа политического лидера во времени. Две среднегрупповые студенческие матрицы (2000 и 2001 гг.) объединялись в одну и обрабатывались с помощью факторного анализа с подпроцедурой поворота факторных структур по схеме *varimax*. В результате выделено 4 значимых фактора. Они соответствуют проекции вектора-фразеологизма на ось фактора. В содержательном смысле это означает, насколько в данном фразеологизме выражен смысл фактора. Сам фактор интерпретируется через выделение смыслового инварианта входящих в него фразеологизмов. Знак факторной нагрузки показывает, к какому полюсу (левому или правому) относится данный фразеологизм.

Первый фактор (34,1% общей дисперсии) включает на одном полюсе следующие фразеологизмы:

За ним как за каменной стеной	-0,91	
Рабочая лошадка		-0,90
Служит верой и правдой		-0,87
Большой корабль	-0,85	
Восходящая звезда	-0,79	
Светлая голова		-0,75
Бьется за правое дело		-0,73
Мастер на все руки	-0,68	
Семь пядей во лбу	-0,63	
Раз-два и в дамки	-0,62	

Противоположный полюс фактора содержит фразеологизмы:

Строит воздушные замки	0,91	
Шут гороховый		0,90
Лезет в волки, а хвост собачий		0,88
Вчерашний день	0,88	
Бьет баклуши		0,87
Не ведает что творит		0,87
Витает в облаках	0,81	
Не видит дальше своего носа		0,75
Халиф на час		0,74
Ловит рыбу в мутной воде	0,70	
Иван Сусанин		0,69
Квасной патриот	0,69	
Медный лоб		0,68
Колосс на глиняных ногах	0,68	
Язык без костей		0,66
Змея подколотная	0,66	
Гольф король		0,64
Втирает очки		0,60

Содержание фразеологизмов, входящих в первый, самый мощный фактор, указывает на его оценочный характер, причем на положительном полю-

се преобладают деловые характеристики, в то время на отрицательном полюсе концентрируются как низкие моральные качества, так и отсутствие целенаправленных действий. На положительном полюсе лидирует В. Путин, причем со значительным отрывом от других персоналий, увеличившимся за последний год. Положительно воспринимаются М. Касьянов, Ю. Лужков, Г. Явлинский (несколько утративший свои позиции за последний год), а также Б. Березовский. Неделовыми людьми или обладающими низкими моральными качествами студенты посчитали В. Жириновского, А. Баркашова и Г. Зюганова.

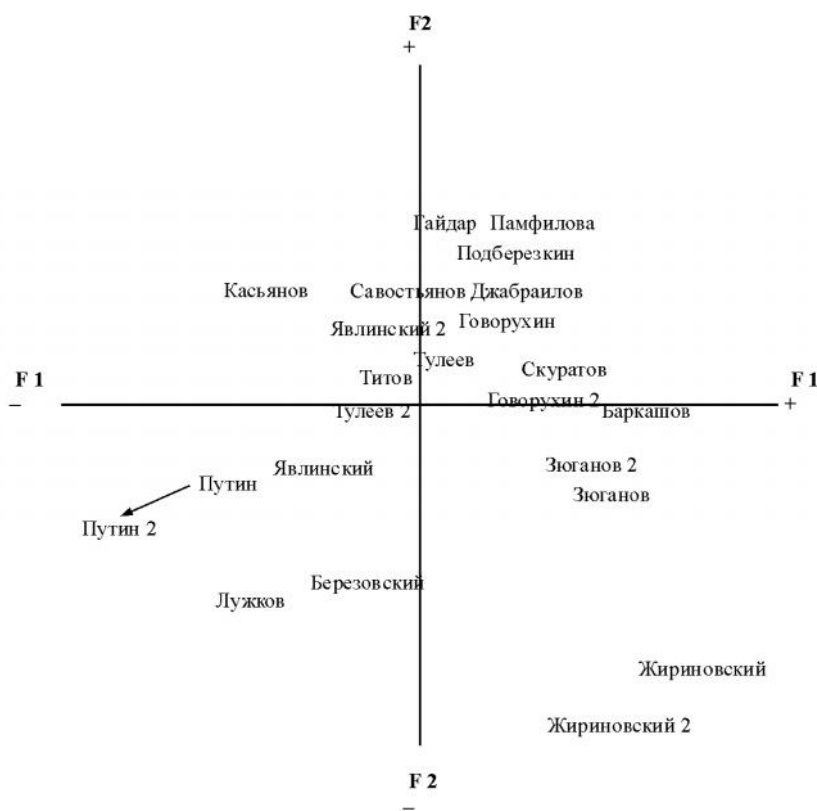


Рис. Распределение политических лидеров по двум факторам

Второй фактор (27,1% общей дисперсии) содержит фразеологизмы:

Пальца в рот не клади	-0,92
Море по колено	-0,85
Не из робкого десятка	-0,85
Стреляный воробей	-0,83
Мечет гром и молнии	-0,81
Тертый калач	-0,81
Берет быка за рога	-0,79
Гнет в дугу	-0,78

Упрям как баран	-0,74	
Как сыр в масле катается	-0,69	
Рубаха-парень		-0,67
Держит камень за пазухой	-0,67	
Мастер на все руки	-0,66	

Противоположный полюс фактора задан фразеологизмами:

Ни рыба ни мясо	0,85	
Звезд с неба не хватает		0,65
Чист как ангел		0,64

Второй фактор отражает в метафорической форме «силу эго» персоналий, их решительность, упрямство, опытность. Лидирует по этому фактору В. Жириновский. Решительными и опытными студенты считают Ю. Лужкова, В. Путина, Б. Березовского, а также Г. Явлинского и Г. Зюганова, отказывая в этих качествах Э. Панфиловой, Е. Гайдару, А. Подберезкину, М. Касьянову.

Третий фактор (8,1% общей дисперсии) включает фразеологизмы:

Волк в овечьей шкуре		-0,85
Держит камень за пазухой	-0,67	
Змея подколотная	-0,65	
Рыльце в пушку		-0,64

В оппозиции к фразеологизмам:

Народный заступник		0,7
Душа нараспашку	0,7	
Чист как ангел		0,43
Бьется за правое дело		0,43

Если первый фактор описывает в основном деловые характеристики лидеров, то третий подчеркивает их морально-нравственные качества.

В роли «народных заступников» выступают прежде всего Г. Явлинский, С. Говорухин, Г. Зюганов. Причем позиции Зюганова за последний год значительно сместились в положительном направлении. На негативном полюсе находятся Б. Березовский, У. Джабраилов, Ю. Скуратов. Позиция В. Путина сместилась за 2001 год с негативной на нейтральную.

Четвертый фактор (7,2 % общей дисперсии) содержит фразеологизмы:

Медный лоб		0,60
Квасной патриот	0,60	
Мечет гром и молнии		0,41

В оппозиции к фразеологизмам:

Козел отпущения	-0,70	
Семь пядей во лбу	-0,60	
Светлая голова		-0,48

Содержание данного слабого фактора образует специфический конструкт, основанный на противопоставлении «ура-патриотов» «козлам отпущения»-западникам. В роли последних выступают Е. Гайдар и Б. Березовский, а также, с меньшей нагрузкой, Г. Явлинский. В. Путин по этому измерению

объединяется с Г. Зюгановым. Однако по сравнению с 2000 годом в начале осени 2001 года имидж Путина значительно сдвинулся к центру.

Исследование имело поисковый, пилотажный характер. Выборка не позволяет делать выводов о популярности тех или иных лидеров, хотя и отражает некоторые тенденции. Здесь важны методологические результаты. Ирония, свойственная фразеологизму как фольклорной форме, помогает снять «социальную желательность» предлагаемых вариантов ответов, а демократичность и понятность метафорических характеристик позволяет использовать их при работе с неискушенными слоями населения (например, с молодежью или представителями малообразованных сельских групп), а также приблизить процедуру опроса к бытовому языку респондентов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Гозман Л.Я., Шестопал Е.Б.* Политическая психология. Ростов н/Д: Феникс, 1996.
2. *Ольшанский Д.В.* Основы политической психологии. Екатеринбург, 2001.
3. *Петренко В.Ф., Митина О.В.* Психосемантический анализ динамики общественного сознания. Смоленск: Изд-во СГУ, 1997.
4. *Юрьев А.И.* Введение в политическую психологию. СПб., 1992.
5. *Назаретян А.П.* Социальные стереотипы в информационно — смысловой системе личности // Материалы всесоюзного симпозиума «Актуальные проблемы социальной психологии». Кострома, 1986.
6. *Назаретян А.П.* Законы природы и инерция мышления // Общественные науки и современность. 1998. № 4.
7. *Назаретян А.П.* Векторы исторической эволюции // Общественные науки и современность. 1999. № 2.
8. *Петренко В.Ф.* Основы психосемантики. М.: Изд-во Московского университета, 1997.
9. *Петренко В.Ф.* Введение в экспериментальную психосемантику: исследование форм репрезентации в обыденном сознании. М.: Изд-во Московского университета, 1983.
10. *Петренко В.Ф.* Психосемантика сознания. М.: Изд-во Московского университета, 1988.
11. *Франселла Ф., Баннистер Д.* Новый метод исследования личности. М., 1987.
12. *Viery J.* Cognitive Complexity: Simplicity and Predictive Behavior. *Journal Abnormal Social Psychology*. 1955. V. 51.
13. *Kelly G.A.* The Psychology of Personal Constructs. New York: Norton, 1955.