

Бенуа У.¹

Колумбия, США

Перевод Е.Е. Аникина

**МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОСРЕДСТВОМ
ТЕМПОРАЛЬНОЙ МЕТАФОРЫ:
«МОСТЫ» БОБА ДОУЛА И БИЛЛА КЛИНТОНА
В ИХ ПРЕДВЫБОРНЫХ ОБРАЩЕНИЯХ
1996 ГОДА**

1. УДК 82-54

ГСНТИ 16.21.27, 16.41.21

Код ВАК

10.02.04

Аннотация. В статье рассматривается удачное использование метафоры Биллом Клинтонем в предвыборном обращении 1996 г. В обращении Б. Доула содержалась метафора моста к спокойным временам прошлого. Две недели спустя Билл Клинтон заявил, что он поможет построить мост к будущему, отвергая доуловский «мост к прошлому». Метафоры Клинтоня эффективно функционировали как фреймы для положительной самопрезентации и негативной интерпретации Б. Доула.

Ключевые слова: метафора, риторическая критика, предвыборное обращение, Билл Клинтон, Боб Доул.

Сведения об авторе: Бенуа Уильям, доктор философии, профессор кафедры коммуникации.

Место работы: Университет Миссури.

Контактная информация: Department of Communication, University of Missouri, Columbia, Missouri, 65211-2310.
E-mail: BenoitW@missouri.edu

Сведения о переводчике: Аникин Евгений Евгеньевич, кандидат филологических наук, докторант.

Место работы: Университет Париж–13.

Контактная информация: 7, rue de l'Ermitage, la Chapelle-en-Serval, 60520, France.
E-mail: ewganik_chel@mail.ru

Benoit W.

Columbia, USA

Translated by E. E. Anikin

**FRAMING THROUGH TEMPORAL METAPHOR:
THE "BRIDGES" OF BOB DOLE
AND BILL CLINTON
IN THEIR 1996 ACCEPTANCE ADDRESSES**

Abstract. This paper analyses Bill Clinton's skillful use of metaphor in 1996 Acceptance Address. Dole's Acceptance Address contained a suggestion that he would be a bridge to an earlier time of tranquility; essentially a bridge to the past. Two weeks later Clinton proposed that he would help build a "bridge to the future," rejecting Dole's "bridge to the past." Clinton's metaphors effectively functioned as frames for favorably interpreting himself and his agenda--as well as for unfavorably interpreting Dole and his agenda.

Key words: metaphor, rhetorical criticism, acceptance addresses, Bill Clinton, Bob Dole.

About the author: Benoit William, PhD, professor of the department of communication.

Place of employment: University of Missouri, of Communication, 115 Switzler Hall,

About the translator: Anikin Evgeny Evgenievich, candidate of philology, doctoral student.

Place of employment: Université Paris–13

Обращение кандидата представляет собой кульминацию политического съезда по выдвижению кандидатур (Benoit, Wells, Pier, & Blaney 1999; Smith & Nimmo 1991). Данная речь преследует несколько целей (единение партии, сплочение сил, утверждение общего плана предвыборной кампании) для ближайших сторонников и более обширной телеаудитории [Trent & Friedenberг 1995]. Она также представляет собой кульминационный момент весьма важного компонента всей кампании, так как

около 25% электората решает как голосовать во время партийного съезда по выдвижению кандидатур [Holbrook 1996]. Хотя важны и другие обращения, не может быть сомнений в том, что съезды срежиссированы таким образом, чтобы обращения выдвинутых кандидатов стали квинтэссенцией данных мероприятий. В настоящей исследовании рассмотрены обращения двух кандидатов и утверждается, что Билл Клинтон мастерски использовал свою речь для формирования восприятия электоратом не только себя, но и своего оппонента – Боба Доула. Клинтон удачно использовал метафору времени не только для создания соответствующего образа себя, своей программы, впечатления от своей речи, но также для моделирования образа Доула, его риторики и его программы.

Метафоры помогают нам понимать и интерпретировать мир и события, идеи и людей в нем. Метафоры определяют одни вещи в категориях других (коммунизм – это рак; Ричард – лев). Ричардс [1936] утверждал, что метафоры состоят из двух частей – содержания (комму-

¹ Уильям Бенуа – профессор университета Миссури, главный редактор журнала «Communication Studies», член редколлегии журналов «Journal of Applied Communication Research», «Southern Communication Journal», «Communication Quarterly», «Asian Journal of Communication», «Western Journal of Communication», «Journal of Broadcasting and Electronic Media»; автор «теории построения риторического дискурса» и «функциональной теории дискурса политической кампании», получивших широкое признание в США и других странах. Автор одиннадцати монографий, посвященных анализу политического дискурса избирательных кампаний, теории риторической критики, «конверсионной памяти» и теории убеждения. Настоящая статья впервые была опубликована в журнале Communication Studies в 2001 г.

низм, Ричард) и средства выражения (рак, лев). Метафоры, несомненно, представляют собой намного больше, чем просто украшение: они способны воздействовать на восприятие и интерпретацию аудиторией мира. Картина мира, смоделированная метафорой, функционирует как терминальный экран [Burke 1965, 1966], который – в данном случае – помог избирателям проинтерпретировать кандидатов, их высказывания и их программы. По мнению Шена, метафоры способны структурировать проблемы и «очерчивать пути к их решению» [Schön 1979: 255]. Таким образом, они предоставляют интерпретационную модель, влияющую на социальную политику. Я утверждаю, что метафора Клинтон сформировала у слушателей восприятие кандидатов в президенты и их программ.

С целью развития данной идеи я начну с краткого обзора литературы по метафоре и моделированию. Затем я кратко обращусь к жанру, в котором родились эти метафоры – жанру обращения выдвинутого кандидата. За рассмотрением данной проблемы последует анализ метафор в речи Доула и (особенно) в речи Клинтон. Затем я оценю эффективность и влияние данных метафор и, наконец, обращусь к значению данного анализа. Это исследование вносит вклад в непрерывающийся диалог о том, как риторическая критика может оценивать эффективность дискурсов, которые она изучает (см. Edwards 1996; Stromer-Galley & Schiappa 1998).

МЕТАФОРА. Аристотель объяснял в Поэтике, что «Метафора состоит в присвоении вещи имени, принадлежащего чему-то иному» [Aristotle 1954: 7-9]. Метафоры изначально понимались как украшение. Цицерон, например, утверждал, что метафора является «стилистическим украшением» [Cicero 1942: 3.42]. Значительный сдвиг в нашем понимании метафоры произошел, когда Ричардс [Richards 1936] выделил содержание и средство выражения, заявив, что значение выводится из взаимодействия этих частей и заметил, что контекст оказывает влияние на интерпретацию метафоры [см. также Black 1962].

Исследователи метафоры Осборн и Энингер писали, что при восприятии метафоры слушатель проходит через три стадии интерпретации: «Данное следствие реакции, часто именуемое интерпретацией, влечет три важных шага: обнаружение ошибки, замешательство и разрешение» [Osborn & Ehninger 1962: 226]. Тем не менее, я полагаю, что данный трехфазовый процесс применим только тогда, когда метафора сознательно обрабатывается аудиторией как метафора. Весьма вероятно, что метафоры обладают наибольшей воздействующей силой тогда, когда они воспринимаются буквально и аудитория не проходит через приведенную выше трехшаговую последовательность. Так, когда я использую метафору «канала» [Reddy: 1979] для утверждения «Я попы-

тался вложить свой смысл в слова», я использую метафору; однако, я не думаю, что большинство людей увидят ошибку, почувствуют замешательство или отшатнутся при моем высказывании. Значение существует в людях (не в словах или символах), и поэтому было бы правильнее сказать, что слова пробуждают значение в аудитории, чем сказать, что слова несут или передают значение. Но метафора канала и незаметна, и сильна потому, что она не воспринимается как таковая. Люди воспринимают ее как буквальное описание коммуникации (и потому не проходят через стадии, выделенные Осборном и Энингером). В других важных исследованиях анализируются архетипичные метафоры [Osborn 1967, 1977] и метафорические кластеры [Jamieson 1980].

Важно понимать, что, вследствие небуквальности метафор неприемлемо определять их ни как истинные, ни как ложные. Зарефски высказал схожую мысль, когда заметил, что решение президента Джонсона развернуть метафорическую войну с бедностью «значительно сократило бремя администрации по поводу поиска доказательств» [Zarefsky 1986: 32]. Метафоры скорее фигуральны, нежели буквальны, но это не означает, что они не имеют значения. Зарефски объяснял, что данная метафора «определяла цель и стимулировала вступление добровольцев в декларируемое дело; она определяла врага, против которого была направлена кампания и диктовала выбор оружия и тактик, с помощью которых будет вестись данная борьба» [Zarefsky 1986: 29]. Таким образом, метафора может влиять на то, как мы интерпретируем и реагируем на мир.

Метафорический анализ был применен и к дискурсу политических кампаний. Хенри проанализировал лейтмотив речи Марио Куомо от 1984 года, в которой автор бросался вызов метафоре Рональда Рейгана «сияющий город на вершине»: «На самом деле, господин Президент, наша нация – это скорее два города, чем сияющий город на вершине» [Henry 1988: 647]. Хенри показал, как метафора Куомо «продвигала взгляд на американские политические органы как на семью» [Henry 1988: 112]. Блэнкеншип [Blankenship 1973] проанализировал метафоры, использованные как кандидатами от демократической партии, так и в отношении них в 1972 году [см. также Medhurst, Ivie, Wander, & Scott 1998]. Таким образом, данная работа вносит вклад в исследование метафоры в политическом дискурсе посредством анализа обращений кандидатов в 1996 году.

МОДЕЛИРОВАНИЕ. Решение поддержать кандидата (предпочсть определенного кандидата), безусловно, представляет собой выбор: граждане голосуют за кандидата, представляющегося наиболее предпочтительным по какому-либо из критериев, важных для каждого избирателя [Benoit 1999; Benoit, Blaney, & Pier 1998]. Коротко говоря, избиратели должны ре-

шить, который из кандидатов будет лучшим президентом.

Гоффман утверждает, что фреймы представляют собой «принципы организации, руководят событиями – по крайней мере, социальными – и нашим личным участием в них» [Goffman 1974: 10-11]. Они «предоставляют базовое понимание событий» [там же: 22]. Он полагает, что наша модель оценки социальной реальности может модифицироваться двумя способами: через разъяснения и через махинацию. При разъяснении «предполагается, что участники деятельности знают и открыто признают то, что существует систематическое изменение, способное радикальным образом изменить их видение того, что происходит» [там же: 45]. Примеры подобных «разъяснений» включают «убеждения, конкурсы, церемониалы, технические модели, и рубежные точки» [там же: 48]. Первые из трех типов разъяснений очевидны. Технические модели включают демонстрации (для иллюстрации того, как что-нибудь будет сделано, без «реального» воплощения). Примером рубежной точки может служить будка для целования, где люди предлагают поцелуи, чтобы собрать деньги на цели благотворительности, и таким образом создается стимул для подобного типа поцелуев.

Второй формой трансформации является махинация – «целенаправленное усилие одного или более индивидуумов, направленное на то, чтобы у одного или группы других индивидуумов сложилось ложное представление о том, что происходит» [там же: 83]. К числу махинаций относят розыгрыши, фальсификацию экспериментальных данных и обман при стремлении сделать тренировку реалистичной. В дополнение к этим незлонамеренным махинациям, Гоффман приводит злонамеренные, при которых индивидуум предлагает «модель [фрейм] который однозначно противоречит личным интересам других индивидуумов» [там же: 102]. Мошенничество, в ходе которого искусный мошенник продает Бруклинский Мост как металлолом одному простофилю, иллюстрирует собой пример злонамеренной махинации. Гоффман так разъясняет отличие разъяснений от махинации: «Махинации – в отличие от разъяснений – подвержены особому рода дискредитации. Когда подвергшаяся обману сторона осознает, что происходит на самом деле, то, что казалось истинным мгновение назад, теперь воспринимается как обман и полностью уничтожено» [там же: 84-85]. Когда выявляется реальность и простофиля узнает, что Бруклинский Мост на самом деле не продается (что мошенник не имеет права продавать его), игра заканчивается. Таким образом, разъяснения и махинации представляют собой два способа трансформации фрейма для Гоффмана.

Моделирование играет очень важное значение при принятии решений. Интерпретация и реакция аудитории на личность, событие или

речь может быть сформирована той моделью, в рамках которой представлена данная информация. Например, Тверски и Канеман [Kahneman & Tversky 1984; Tversky & Kahneman 1988, 1981] утверждают: «Мы получили систематическую перемену предпочтений под влиянием изменений в структурировании действий, событий или результатов» [Tversky & Kahneman 1981: 453]. Моделирование особенно важно в политике: «Политические стимулы по природе неоднозначны; можно считать фактом, что политические проблемы характеризуются множественностью интерпретаций и точек зрения» [Iyengar, 1990: 20; см. также Rhee 1997]. Политические проблемы могут моделироваться способами, предполагающими предпочтительные политические решения. Безработица, к примеру, может быть описана как результат частных (леность) или системных (плохая экономическая ситуация) факторов. Последняя причина скорее может привести к правительственному вмешательству, чем первая.

Точно так же образы политических кандидатов могут быть смоделированы различными способами. Кандидат может считаться «опытным», что, скорее всего, хорошо, или «человеком из администрации», что может быть расценено менее благосклонно [см. Popkin 1994]. Образы кандидатов могут также моделироваться темпоральными метафорами. В следующем разделе приводится краткий анализ жанра двух речей, рассматриваемых в нашей работе.

ОБРАЩЕНИЕ ВЫДВИНУТОГО КАНДИДАТА. Многие исследователи занимались исследованием обращения выдвинутых кандидатов именно потому, что оно представляет собой крайне важную церемонию предвыборной кампании (см., напр., Fields 1996; Gustainis & Benoit 1988; Houck 1997; Norvold 1970; Ritter 1980, 1996; Scheele 1984; Smith 1971; Trent & Friedenberг 1995; Valley 1974, 1988; Wiethoff 1981). Смит и Ниммо [Smith & Nimmo 1991] утверждают, что современные съезды по выдвижению кандидата в президенты тщательнейшим образом срежиссированы и обращения выдвинутых кандидатов становятся кульминацией, подтверждающей принципы партии. Бэнуа, Уэллс, Пиер и Блэйни отмечают, что «некоторые праймериз проходят в обстановке жесточайшей конкуренции, так что ключевые фигуры партии готовы перегрызть друг другу глотки», и целью этих речей «является стремление отпраздновать (воссоздать) единство их партий» [Benoit, Wells, Pier & Blaney 1999: 247]. В своем анализе обращений выдвинутых кандидатов за период 1960-1996 гг. они обнаружили, что данные обращения чаще всего характеризуются самовосхвалением (72%) и атакой или критикой в адрес оппонентов (27%) с редкими случаями защиты от выпадов свой адрес (1%). Кандидаты обсуждают как политические меры (56%), так и социальную ситуацию (44%) в этих речах. В настоящем анализе утверждается, что

предвыборное обращение Клинтона представляет метафорическую модель образа обоих кандидатов, фрейм, который – что неудивительно – представляет Клинтона в более выгодном свете, чем Доула.

МЕТАФОРА И МОДЕЛИРОВАНИЕ В ПРЕДВЫБОРНЫХ ОБРАЩЕНИЯХ 1996 ГОДА. Съезд республиканской партии прошел первым (по традиции съезд партии-претендента предшествует съезду партии власти, а Клинтон был действующим президентом) в 1996 г. Обращение Доула состоялось 15 августа. В одном из его разделов он заявил: У возраста есть свои преимущества. Позвольте мне стать мостом в Америку, которую только несведущий называет мифом. Позвольте мне стать мостом во времена спокойствия, веры и уверенности в действиях. Тем, кто говорит, что так не было никогда и Америка никогда не была лучше, я говорю: «Вы ошибаетесь, а я знаю, потому что был там. Я это видел. Я помню» (с. 675).

В 1996 выдвижение от Республиканцев проходило в условиях жесточайшей конкурентной борьбы (кандидатами являлись Александер, Бьюканан, Доул, Дорнан, Форбс, Грэм, Кейес, Лугар, Спектер и Тэйлор). Таким образом, Доул имел основания стремиться к «спокойствию, вере и уверенности в действиях», чтобы эти кандидаты и их сторонники внутри партии с энтузиазмом поддержали его кандидатуру. Не совсем ясно, почему Доул решил сделать акцент на своем прошлом, когда он вызвал к единению. Возможно, он хотел таким образом отбиться от заявлений недоброжелателей, согласно которым он был слишком стар для президентства. Рейган с помощью юмора успешно справился с подобными нападками во время выборов на второй срок в 1984 г., когда он язвительно подметил: «Я не собираюсь играть на проблеме возраста в настоящей кампании. Я не буду эксплуатировать в политических целях тот факт, что мой оппонент молод и неопытен» (с. 110). Подобным образом Доул, возможно, пытался превратить свой возраст в преимущество посредством своей метафоры «мост в прошлое». Заметьте также, что, хотя он ясно ссылался на прошлое, фраза «мост в прошлое» так и не явилась в полном виде в его обращении.

Доул использовал слово «мост» нечасто: это произошло только трижды, причем лишь дважды (оба раза в данном абзаце) оно было употреблено в отношении прошлого. Обратите внимание на прошедшее в данных высказываниях: «Я был там. Я это видел». Даже высказывание в настоящем времени – «Я помню» – отчетливо сфокусировано на прошлом: мы помним прошлое, не настоящее или будущее.

Республиканский кандидат постоянно развивал тему обожествления прошлого, органично вписанную в его краткую метафору. Он уменьшал значение «ценностей настоящего»,

отмечая, что Америка «пережила революцию, гражданскую войну, расовую дискриминацию и экономическую катастрофу. ... То, что позволило нам превозмочь все это, имеет мало общего с ценностями настоящего» (с. 675).

Для контраста он заявил, что «честь и свобода должны быть вновь возведены» до тех вершин, положением на которых они пользовались в прошлом. Открыто превозноса прошлое, он утверждал, что: Я здесь, чтобы сказать: «Америка! Не отказывайся от великих традиций которые тянутся от зари нашей истории, не руби тех мачт, на которых держатся данные убеждения, – семья, честь, долг, страна – которые вели нас сквозь время (с. 675).

Он развил данную тему, утверждая, что традиционные (былые) ценности более важны, чем ценности современности. Он заявил, что «старые ценности выжили», что, впрочем, противоречит его более раннему высказыванию о том, что наши прошлые достижения «имеют мало общего с современными ценностями» (последнее утверждение предполагает, что ценности современности отличны от ценностей прошлого – но как это может быть, если ценности прошлого дожили до наших дней?)

Переплетен с обожествлением прошлого Доулом и отказ от материального состояния как мерила успеха. Он утверждал, что честь важнее богатства, заявляя, что «Не все вещи происходят из богатства или бедности... Вещи происходят из правильных поступков». Он отвергает афоризм из кампании Клинтона 1992 года: «Это, как сказали бы победители четырехлетней давности, не экономика». Он открыто противопоставил богатство традиционным ценностям, когда провозгласил, что «причины триумфа этой нации заключаются не в материальном богатстве, а в храбрости, жертвенности и чести». Он обвинил Клинтона в том, что тот в 1992 году ввел избирателей в заблуждение, убедив их в том, что материальные блага важнее соображений нравственности и традиционных ценностей.

Таким образом, Доул мимоходом ввел метафору «моста в былые времена» в свое обращение. В своей речи Д.превозносил связь с прошлым, делая акцент на чести и «праведных поступках». Тем не менее, это обращение не было обращено к прошлому целиком. Например, в самом начале он утверждает, что «с нетерпением ждет возможности повести Америку в следующий век» (с. 674). Он анализирует результаты своей возможной экономической программы: «Мы с Джэком Кемпом ... вновь заставим экономику двигаться» (с. 676). В заключение своей речи он смешивает прошлое и будущее, заявляя, что кампания – «это мерило того, кто мы есть, откуда мы и куда мы идем. Потому что, сколько бы вдохновения мы ни черпали из нашего славного прошлого, мы понимаем, что Америка – это, несомненно, страна будущего» (с. 679). Таким образом, речь Доула сочетает в

себе акценты и на прошлое, и на будущее, хотя и тяготеет к прошлому.

У Билла Клинтона было две недели на то, чтобы продумать свое обращение к съезду по выдвижению кандидатур, которое состоялось 29 августа. В данной речи Клинтон (1996) явно и настойчиво провозгласил, что он станет мостом в будущее. Он начал с упоминания о своей поездке на съезд в Чикаго, до которого он добирался на поезде (по иронии судьбы, не самом футуристическом виде транспорта). Он использовал этот рассказ для того, чтобы плавно перейти к заявлению о том, что «Америка – на правильном пути в XXI век» (с. 706). Президент привел массу аргументов в поддержку данного утверждения, указав на множество достижений за время своего первого срока: снизившиеся уровни безработицы и инфляции, большее количество рабочих мест, снизившаяся преступность, реформу системы социального обеспечения и снизившийся дефицит федерального бюджета. В заключении он замечает: «Мы на правильном пути в XXI век. Мы на правильном пути, но наша работа не окончена. Что нам надо сделать?» Следует обратить внимание на то, что даже при обращении к былым достижениям, речь Клинтона – посредством его метафоры – остается твердо обращенной к будущему: его достижения ставят нас «на правильный путь в XXI век». Уже в свой первый срок действующий президент добился впечатляющих результатов, но его работа еще не доведена до конца. Он завершает речь упоминанием свершенных действий, обращаясь к аудитории с вопросом: «Что нам еще надо сделать» в будущем? Это изящно приводит к противопоставлению, озвученному посредством доминантной метафоры в его обращении: Я знаю и уважаю богатую и гордую историю Америки. И я твердо намерен взять наши лучшие традиции в будущее. Однако – при всем уважении – нам не нужно строить мост в прошлое. Нам нужен мост в будущее, и именно эту задачу я и обязуюсь взять на себя. Так что сегодня я предлагаю Вам решиться построить этот мост в XXI век, ответить всем нашим вызовам и защитить наши ценности (с. 707).

Стараясь казаться рассудительным (полным уважения к прошлому), Клинтон, тем не менее, открыто противопоставляет свою идею моста в будущее предложению Доула стать мостом в прошлое. Он отчетливо противопоставляет свое видение будущего взглядам своего оппонента. Он даже присваивает прошлое, заявляя, что он возьмет все лучшее из прошлого в свое путешествие в будущее.

Клинтон постоянно повторяет метафору «моста» на протяжении двадцати параграфов. Он настойчиво вставляет метафору в свою речь, связывая мост с множеством различных тем, таких как воспитание детей, безопасность улиц, борьба с бедностью, семейные ценности, защита окружающей среды, владение жильем,

личная ответственность, безопасность школьников, процветание и мир во всем мире. Пять абзацев из речи Клинтона иллюстрируют использование им метафоры: Я хочу построить мост в XXI век, в котором мы преумножим возможности за счет образования (с. 707).

Я хочу построить мост в XXI век, в котором мы построим мощную и постоянно растущую экономику, чтобы сохранить наследие возможности для будущего поколения, сбалансировав наш бюджет таким образом, который защитит наши ценности и обеспечит возможность каждой семье владеть и защищать ценность их самого важного актива – их дома (с. 708).

Я хочу построить мост в XXI век, в котором наши дети больше не убивают других детей (с. 709).

Я хочу построить мост в XXI век с чистой и безопасной окружающей средой (с. 710).

Мои братья-американцы, я хочу построить мост в XXI век, в котором мы будем уверены, что мы по-прежнему являемся нацией с лучшей в мире обороной, что наша внешняя политика по-прежнему продвигает ценности нашего американского содружества наций (с. 711).

Большая часть речи Клинтона была позитивной: Бенуа, Уэллс, Пиир и Блэйни [Benoit, Wells, Pier & Blaney 1999] отмечают, что 90% его высказываний представляли собой дифирамбы себе, в которых он часто использовал метафору «моста в будущее».

Хотя и менее часто, Клинтон все же атаковал своего оппонента в своем обращении: как отмечают Бенуа, Уэллс, Пиир и Блэйни, 10% его высказываний были нацелены на атаку. Когда Клинтон обращается к атаке соперника, метафора моста вновь вводится в действие: Кстати, наши оппоненты предложили совсем другой план – рискованную налоговую схему стоимостью 550 млрд. долларов, которая потребует от них еще больших сокращений на финансирование программ Medicare, Medicaid, образования и защиты окружающей среды, превышающих те, которые они провели в прошлом году и на которые я наложил вето. Но даже тогда они не смогут покрыть расходов на свою схему. Настолько, что даже тогда этот план взорвет дефицит, что, в свою очередь, приведет к скачку ставки процента. ... Мы что – снова хотим воспрепятствовать экономическому росту? Мы что – хотим вырыть себе еще одну долговую яму? Мы что – хотим вернуться к экономическому застою 1991-1992 годов? Мы что – хотим ослабить наш мост в XXI век? (с. 708, выделено автором.)

Таким образом, Клинтон использует свою метафору моста на протяжении своего обращения для утверждения своих прошлых достижений (мы на правильном пути в XXI век), для провозглашения своих будущих планов (к примеру, построение мостов к будущему с усовершенствованным образованием, сбалансированным бюджетом, безопасными школами, бо-

лее чистой окружающей средой, и усовершенствованной обороной и внешней политикой) и для атаки на экономическую программу Доула (которая ослабит мост к лучшему будущему, посадив нас на мель прошлого).

Более того, обсуждая мост, Клинтон делает это двумя различными, дополняющими друг друга способами. Во многих пассажах, как мы отметили, он берет на себя миссию по построению моста: «Я строю этот мост в XXI век», «Я хочу построить мост...». Тем не менее, в ряде абзацев он открыто включает свою аудиторию в проект строительства моста: Я прошу всех наших сограждан присоединиться ко мне и ко всем Вам в строительстве этого моста в XXI век.

Мы можем построить наш мост в XXI Век, только если мы будем строить его вместе.

Таким образом, Клинтон явно принимает на себя миссию по строительству своего моста, но он также открыто просит своих слушателей и зрителей помочь ему построить его, вовлекая свою аудиторию в развитие своей метафоры. В дополнение к более крупным противопоставлениям (временная ориентация, уровень развития), существует также тонкое различие между метафорами моста двух кандидатов. Доул был пассивен, прося у аудитории «права построить мост». Клинтон, напротив, сказал: «Я хочу построить мост», и он хотел построить его вместе с аудиторией.

Важно, что метафоры Клинтона появлялись и в других эпизодах кампании. Трент и Фриденберг [Trent & Friedenberг 1995] заметили, что обращения выдвинутых кандидатов зачастую задают тон всей предстоящей кампании. Ходжкинсон и Леланд [Hodgkinson & Leland 1999] проанализировали использование метафор Клинтоном и Доулом в президентских дебатах и обнаружили, что Клинтон предлагал мост в XXI век. Доул явно не утверждал, что он является мостом в былые времена во время дебатов, но он постоянно упоминал прошлое во время дебатов и предлагал стать «мостом к правде» во время первых дебатов. В двух телевизионных рекламных («Подсчет», «Возможность») Клинтон обещает стать «мостом в XXI век». Домашняя страница Клинтона оповещала о том, что команда Клинтон-Гор «строит мост в XXI Век» [Tedesco, Miller, & Spiker 1999: 59]. Таким образом, метафора, возникшая в предвыборном обращении кандидата, закрепилась в кампании. На самом деле, Вице-президент Ал Гор стрелял этими метафорами в своем обращении выдвинутого кандидата на должность вице-президента, критикуя «мост в прошлое» Доула и хвастаясь «мостом в будущее» Клинтона-Гора, еще за день до речи Клинтона [“Gore” 1996].

Мир объективно недоступен людям, составляющим его. Реальность конструируется социумом, не риторикой. Непонятно, какую модель использовали люди для восприятия об-

раза Доула, его речи, его политической программы до обращения Клинтона, но им необходима была определенная точка зрения для понимания Доула и его идеи. Кажется вероятным, что у людей имелось несколько различных моделей для толкования Доула и его идеи. Метафорическая модель «моста в будущее» Клинтона предоставила единую структуру для интерпретации той части аудитории, на которую повлияла риторика Клинтона.

Внимательное рассмотрение модели Клинтона выявляет то, что она не очень вписывается в типологию Гоффмана. Разъяснение предполагает, что участники коммуникации «знают» и «открыто признают то, что существует систематическое изменение» (с. 45). Хотя метафоры не буквальные, мост Клинтона представлял собой не просто убеждение, конкурс, церемонию, техническую модель или переточку. Это означает, что его темпоральная метафора не относится к разъяснениям. С другой стороны, метафора Клинтона кажется продуманной и стратегической (хотя, безусловно, мы не можем быть уверены в намерениях Клинтона), и, таким образом, она имеет много общего с махинацией. Тем не менее, махинации могут быть подвергнуты дискредитации (с. 84-85), как в примере с мошенничеством с Бруклинским мостом. Хотя многие отвергнут фрейм Клинтона, поскольку метафоры не являются буквальным описанием действительности, они не являются ни правдой, ни ложью. Как говорил Ийенгар, «политические стимулы по природе неоднозначны» [Yuengar 1990: 20], а потому сложно – если не невозможно – доказать, что Клинтон не станет «мостом в будущее», или же опровергнуть то, что «Доул» станет «мостом в прошлое». Соответственно, я предлагаю третью форму трансформации – метафорическую. Метафора Клинтона была стратегической, но не вполне опровержимой (в отличие от махинаций); не была она также открыто принята как изменение модели (как в случае с разъяснениями). Тот факт, что метафоры небуквальны и, следовательно, неопровержимы, очень важен с точки зрения их воздействующего потенциала.

РИТОРИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ. Хотя и не существует прямого указания на намерения Клинтона, предположение о том, что эта метафора – так настойчиво развивавшаяся во время обращения Клинтона – появилась случайно, просто невероятно. Менеджер кампании Клинтона и его напарник использовали эту фразу, и она была перенесена в основную кампанию для дебатов и телевизионных рекламных роликов. Острый контраст со скромной метафорой Доула был, безусловно, стратегическим. Но действительно ли именно контраст помог Клинтону?

При рассмотрении после обращения Клинтона, конфликтующие темпоральные метафоры стали отчетливыми (если не упрощенными) мо-

делями для понимания двух кандидатов и их программ, моделями, отдающими предпочтение Клинтону. Клинтон ориентировался на будущее, был кандидатом будущего и для будущего. В явную противоположность ему, Доул представлялся человеком, заиклившимся на прошлом, плохо подготовленным для будущего. Речь Клинтона заставляла избирателей видеть в нем связующее звено для лучшего будущего, тогда как Доул был представлен пытающимся привязать их к отжившему свой век прошлому. Не поднимая открыто проблему возраста, темпоральная модель имела тенденцию напоминать избирателям о преклонном возрасте Доула. Это впечатление усиливалось тем фактом, что Клинтон вел себя активно, предлагал «построить мост», тогда как Доул был пассивен, желал «быть мостом». Более того – в своей речи Клинтон постоянно хвалился тем, что он уже начал строить этот мост, когда добился успеха во время своего первого срока, тогда как речь Доула не содержала и намек на его достижения за время долгого сидения в Сенате (Бенуа, Уэллс, Пиир и Блэйни (Benoit, Wells, Pier, & Blaney 1999)) отмечают, что Клинтон ссылался на свои прошлые достижения в три раза чаще, чем Доул). Учитывая то, каким образом Клинтон развивал свою метафору в обращении, ее выбор можно определить как намеренный и стратегический, оказывающий предпочтение кандидату от Демократов. Можно привести пять аргументов в поддержку эффективности метафорической модели Клинтона.

Во-первых, выбранная Клинтонем метафора была весьма действенной для многих избирателей. Ведь – кроме всего прочего – важнейшим компонентом американской мечты является желание того, чтобы дети жили богаче (в будущем) их родителей. Хотя это утверждение и дискуссионно, «мост в будущее» может быть особенно привлекательным для независимых колеблющихся избирателей. Кандидат в президенты сейчас не может надеяться на победу, не заручившись поддержкой одной из двух главных политических партий (Росс Перо, который без успеха принимал участие в президентских гонках 1992 и 1996 годов, является одним из немногих кандидатов от третьих партий, как и Джон Андерсон, который участвовал в 1980 и не смог стать исключением из данного правила). Тем не менее, ни одна из политических партий не имеет достаточного количества членов и сторонников, чтобы предоставить Белый Дом своему кандидату: количество независимых избирателей в 1992 году составило 38% (Weisberg & Kimball 1993). Таким образом, чтобы выиграть, кандидату необходимо получить голоса большинства этих независимых избирателей. Акцент Доула на прошлое мог найти отклик в сердцах представителей консервативного ядра его сторонников; однако метафора Клинтона, скорее всего, апеллировала к колеб-

лющимся избирателям, чьи голоса необходимы для победы в президентской гонке.

Более того, тот факт, что Доул ввел метафору «моста» в своем обращении, санкционировал использование Клинтонем темпоральной метафоры. Хотя полностью фраза «мост в прошлое» не упоминалась в речи Доула, большая ее часть была ориентирована на прошлое. Его реальная фраза «мост во времена спокойствия, веры и уверенности в действиях» отчетливо предполагает существование моста в былые времена, даже если таковой и не является буквальным «мостом в прошлое». Анализ его речи выявил наличие акцента на прошлом и пренебрежительное отношение к современным ценностям. Таким образом, истолкование Клинтонем «моста в прошлое», хотя и не являлось дословной цитатой слов Доула, выглядело вполне оправданным перефразированием его высказываний. Доул вряд ли мог обвинить Клинтона в неточности (особенно учитывая, что пререкания из-за употребления метафоры могли показаться глупыми).

Во-вторых, тот факт, что метафора Клинтона была обращена к будущему, был крайне подходящим для многих из его аргументов. Его заявления сыпались предложениями, многие из которых были относительно скромными, построить лучшее будущее (Бенуа, Уэллс, Пиир и Блэйни (Benoit, Wells, Pier, & Blaney 1999)) отмечают, что в своем обращении Клинтон заявлял о 56 планах на будущее – в два раза больше, чем Доул в своем обращении). Он предлагал налоговые льготы для оплаты образования, программу стипендий Hope Scholarships, курсы повышения квалификации, «добровольческую армию из одного миллиона учителей чтения» (с. 708), увеличение индивидуального пенсионного счета, налоговые льготы для владельцев жилья, новые рабочие места для людей на социальном обеспечении, больше банков развития для автономных зон и общин, запрет на «пули-убийцы полицейских» (с. 709), внесение поправки в права жертв, национальную программу против наркотиков, большую семью и закон об отпуске по состоянию здоровья, закон о свободном режиме рабочего дня, инициативы по борьбе с подростковым курением, телевизионный в-образный чип, медицинское обслуживание безработных, очистку 500 дополнительных участков захоронений токсичных отходов, увеличение количества стран-участниц НАТО, «сокращение ядерных арсеналов, запрет на химическое оружие и ядерные испытания» (с. 711), модернизацию оружия, борьбу с терроризмом, повышение безопасности аэропортов. Каждое предложение является причиной для лично заинтересованных групп граждан проголосовать за него и каждое касается предложения Клинтона построить то, что он называет «лучшим завтра». Эти заявления наглядно демонстрировали те преимущества, которые

ожидали американских избирателей на другом конце моста Клинтона.

В своей речи – по иронии судьбы – Клинтон по-настоящему был мостом к этим будущим преимуществам: если его выберут, он предложит эти программы и затем будет вести работу по их реализации в свой второй срок на посту президента. Необходимо также заметить, что эти предложения не намекали на то, что его первый срок на посту президента был провалом, потому что Клинтон смоделировал достижения своего первого срока как важные шаги к лучшему будущему: «Мы на правильном пути в XXI век». Клинтон использовал свою темпоральную метафору моста, чтобы противопоставить свое движение вперед отступлению Доула к прошлому («нам не нужен мост в прошлое», с. 707).

В-третьих, метафора Клинтона была органично вплетена в ткань всего его дискурса. Он начал с того, что обратился к своей поездке на поезде на съезд как к метафоре своих целей («Мы на правильном пути в XXI век», с. 706). Он связал идею моста в XXI век с широким кругом проблем, незаметно вводя свою метафорическую интерпретационную структуру в речь для моделирования как своих былых достижений (на правильном пути в будущее), так и своих будущих планов (мост в будущее). Таким образом, метафорическая структура Клинтона охватывала как всю его речь, так и другой дискурс избирательной кампании.

В-четвертых, речь Клинтона была эффективной, вследствие своей внутренней непротиворечивости. Речь Доула, хотя в ней и были ссылки на будущее, в первую очередь была сфокусирована на прошлом и явно отрицала основания материальной выгоды и интереса к экономике. Несмотря на заявления о том, что честь и праведные поступки, а не богатство и экономика, имеют важнейшее значение, Доул использовал свое обращение для акцентирования своих налоговых инициатив: Не поймите меня неправильно – моя экономическая программа – это правильная политика для Америки. Вот что она означает для Вас. ... Это означает, что у Вас будет президент, который снизит налоги на 15% для каждого американского налогоплательщика, что включает налоговые льготы в 500 долларов на каждого ребенка в семьях с низким и средним достатком. Налоги с семей из четырех человек с достатком 35 000 долларов снизятся более чем в половину – на 56%, чтобы быть точным. Это означает, что у Вас будет президент, который будет помогать мелкому бизнесу – бизнесу, создающему новые рабочие места, снизив налог на доход с капитала на 50%... Это означает, что у Вас будет президент, который увеличит индивидуальный пенсионный счет, отменит увеличения налога по социальному обеспечению, введенное президентом Клинтон, введет налоговые льготы на недвижимость (с. 676).

Доул делает акцент на принципе, на котором держится его подход: «Лежащий в основе этого принцип проверен временем и правилен: это Ваши деньги. Вы не должны извиняться за желание сохранить то, что Вы заработали» (с. 676). О возвышенных идеалах чести и долга в данный момент забывается при попытке подкупить избирателей налоговыми послаблениями. Таким образом, дискурс Доула внутренне противоречив: его инициатива по снижению налогового бремени на 15% – базовый элемент его программы – кардинально противоречит его попыткам отдать привилегированное положение традиционным (былым) ценностям вместо богатства.

Последней причиной, по которой метафора Клинтон была эффективной, является двойное развертывание метафоры. Хотя Клинтон не престанно повторял о желании взять ответственности по возведению моста в лучшее будущее на себя, часть времени он говорил о необходимости сплочения американской нации для строительства моста вместе с ним. Эта риторическая конструкция приглашала аудиторию Клинтона к участию в развитии метафоры, в создании его речи – и их будущего. Она также (имплицитно) демонстрировала то, что Клинтон хочет разделить кредит доверия, поскольку строительство будущего не может быть осуществлено президентом в одиночку. Он ясно дал понять, что берет миссию на себя, при этом стимулируя участие аудитории в выполнении этой задачи.

Таким образом, метафора «моста в будущее» Клинтона – как и его сопутствующая характеристика Доула как «моста в прошлое» – была эффективно введена в обращение. Его метафора, по всей видимости, апеллировала к ключевым сегментам его аудитории (независимым избирателям), была внутренне непротиворечивой, и он активно вовлекал аудиторию в развитие этой метафоры. Наиболее важно, безусловно, то, что она моделировала образ Доула как человека, застрявшего в прошлом, тогда как образ Клинтона – как человека, способного вести Америку в будущее.

СВИДЕТЕЛЬСТВА ЭФФЕКТИВНОСТИ. Безусловно, сложно доказать причинные связи между определенными элементами публичного дискурса (последние размышления по данной проблематике [см. Edwards 1996; Stromer-Galley & Schiappa 1998]). Отлично известно, что аудитория подвержена воздействию миллионов сообщений – особенно во время президентской кампании – и ее представители имеют в корне различный опыт, структурирующий их убеждения, оценки и действия. Задача связать поведение аудитории (например, голосование) с определенным риторическим артефактом – не говоря уже об определенном элементе артефакта, каким является повторяющаяся метафора, – представляется крайне сложной. Тем не менее, я предлагаю четыре вида доказательств воздействия, не противоречащие моей

предпочтительной оценке темпоральной метафоры Клинтонна.

Во-первых, на самом главном уровне. Оба кандидата резко увеличили свои рейтинги в опросах общественного мнения сразу после съездов выдвижения. Это значит, что сначала Доул сократил свое отставание от конкурента после съезда Республиканцев. Тем не менее, как только Клинтон ввел свои темпоральные модели в действие, он сумел восстановить и даже увеличить свой отрыв [Associated Press 1996]. Таким образом, представляется, что речь Клинтонна смогла нейтрализовать краткосрочный прирост Доула. Хотя мы и не можем твердо объяснить этот факт обращением Клинтонна (или конкретно метафорой Клинтонна), трудно спорить с тем, что речи кандидатов не имеют значения на мероприятиях (съездах) специально приуроченных к празднованию их выдвижения. Не забывайте и о том, что метафора Клинтонна также появлялась в других дискурсах кампании, подкрепляя идеи его обращения на съезде.

Во-вторых, существуют данные опросов общественного мнения, напрямую касающиеся данных метафор. Так, по данным Исследовательского центра «Пью» (Pew Research Center), большинство опрошенных оказались знакомы с фразой «мост в будущее» и ассоциировали ее с Биллом Клинтонном. Опрос, проведенный изданием «Лос-Анджелес Таймс», исследовавший реакцию на обращение Доула, установил, что 69% опрошенных считали нереалистичной перспективу того, что «Доул сможет вернуть Америку к ее ценностям прошлого». В общенациональном опросе, проведенном «Лос-Анджелес Таймс» после первых президентских дебатов, респондентов попросили определить «любую фразу, наиболее запомнившуюся им из дебатов». Наиболее распространенным ответом стал «мост в XXI век», что являлось метафорой Клинтонна (эти данные получены от организации Lexis Nexis Academic Universe). Таким образом, публика имела тенденцию ассоциировать Клинтонна с мостом в будущее и не проявляла особого энтузиазма по поводу моста в прошлое от Доула, а осведомленность по данной теме поддерживалась, по крайней мере, до Октября после первых дебатов.

В-третьих – и это весьма важно – то, как СМИ обсуждали речь Доула, кардинальным образом изменилось после введения Клинтонном своей метафорической модели. Анализ организацией Lexis/Nexis статей крупных газет на тему «Доул» и «Выдвижение» за двухнедельный период после его обращения обнаружил 213 сводок. Важно то, что ни одна из этих работ не характеризовала его речь или политическую программу как мост в прошлое. Только в одной из статей упоминалась эта фраза, да и то это были слова Питера Найта – менеджера кампании Клинтонна-Гора. Резким контрастом стало то, что за две недели после обращения

Клинтонна из 75 статей о «Доуле» и «Выдвижении» в 18 была принята клинтонновская интерпретация высказывания Доула – «мост в прошлое». К примеру, передовица издания «The Atlanta Journal and Constitution» несколько ошибочно сообщала читателям о том, что «кандидат от республиканцев провозгласил себя мостом в прошлое, сфокусировав внимание обществу на своем возрасте» (1996: 12A). Фиглер (Feagler 1996) принял контрастирующие модели Клинтонна за удачную характеристику различий между кандидатами, довольно беспечно утверждая, что «Билл Клинтон хочет построить мост в будущее. Боб Доул хочет построить мост в прошлое» (с. 2A). Пердум отметил навязчивость образа, созданного моделью Клинтонна, при дальнейшем развитии кампании: «Если сравнить с другими политическими метафорами, то эта достаточно скромная. Это не «сияющий город», или «освоение новой территории», или какие-нибудь «искры света». Но поскольку президент Клинтон обратил ее против Боба Доула в своем обращении на съезде демократической партии, то именно эта метафора стала доминирующим ораторским образом в кампании 1996 года [Perdum 1996: 4-5].

Таким образом, тон комментариев СМИ по отношению к обращению Доула резко изменился после обращения Клинтонна, многие авторы слепо приняли модель Клинтонна для толкования и противопоставления кандидатов. Абсолютно проигнорированными остались другие мысли Доула, такие как: «Я с нетерпением жду возможности повести Америку в следующий век» и «мы понимаем, что Америка – это, несомненно, страна будущего». Сложно объяснить эту перемену в газетном дискурсе о речи Доула, кроме как воздействием риторики Клинтонна: темпоральные метафоры Клинтонна моделировали то, как люди говорили и писали о нем и его программе, а также о Доуле и программе Доула.

Последний источник свидетельств эффективности темпоральной метафоры Клинтонна может быть обнаружен в кампании Доула, так как Доул, по-видимому, понял, что сделал Клинтон. Он боролся против, но так и не смог вырваться из рамок модели Клинтонна. На определенном этапе Доул и его напарник по кампании – Джэк Кемп – попытались создать новую модель, которая была бы ориентированной против Клинтонна. Берг (Berg 1996) говорит, что «Теперь Доул называет мост Клинтонна «мостом с платным проездом». Вот как Доул развивает этот образ: Вы платите за каждый дюйм, каждый шаг по мосту. Вы платите, платите и снова платите. ... Это то, чего мы боимся, потому что он станет мостом в будущее повысившихся налогов, в котором больше подростков будут употреблять наркотики, в котором государство будет ответственным за национальную систему здравоохранения, будущее с более либераль-

ными судьями, в котором Америка будет беззащитной от баллистических ракет, в котором экономика будет создавать меньшее количество рабочих мест и так далее, и так далее (с. 14А).

Таким образом, Доул попытался связать «мост» Клинтона с рядом нежелательных результатов, совпадающих с некоторыми темами кампании Доула: более высокими налогами, возросшей наркоманией среди подростков, государственным управлением системой здравоохранения, ослабевшей обороноспособностью, меньшим количеством рабочих мест. Тем не менее, попытка Доула перемоделировать «мост в будущее» Клинтона в «мост с платным проездом» не привела к успеху. На самом деле в своем обращении в Мэдисоне, штат Висконсин, Доул попытался присвоить метафору «моста» Клинтона. Он достаточно печально заявил, что «хочет стать мостом в будущее» [Walters 1996: 1], таким образом, очевидно, отрециваясь от своего предложения быть мостом во времена спокойствия, веры и уверенности в действиях. Как было отмечено выше, он также предлагал быть «мостом к правде» на первых дебатах. Кажется, Доул понял, что попал в ловушку модели Клинтона, но он уже не мог изменить восприятие людей. Клинтон воспринимался как «мост в будущее», тогда как Доул – как «мост в прошлое». Следовательно, независимые данные из опросов общественного мнения, репортажей СМИ об обоих кандидатах и из высказываний самого Доула не противоречат представленной нами выше оценке.

СЛЕДСТВИЯ. В 1984 году, как уже отмечалось выше, Марио Куомо не добился существенного успеха при попытке риторического ответа на метафору Рональда Рейгана о «сияющем городе на холме». В 1996 Билл Клинтон принял нерешительное предложение Доула стать «мостом в былые времена» и развил модель с использованием метафор, которые противопоставляли его ориентацию на будущее одержимости (приписанной) прошлым Доула. Видение «моста в будущее» Клинтонном было более убедительным, чем видение «моста в прошлое» Доулом, как потому, что это в большей степени апеллировало к интересам большинства избирателей, так и потому, что в дискурсе Клинтона данная метафора была весьма эффективно построена. Свидетельства показывают, что, в отличие от Куомо в 1984 году, темпоральная метафора Клинтона добилась успеха в моделировании способа, которым другие интерпретировали и проводили различие между двумя кандидатами, в создании темпоральных моделей, отдающих предпочтение Клинтону над Доулом. Я утверждаю, что подобные модели должны отвечать как минимум двум критериям, чтобы добиться успеха: они должны соответствовать цели ратора (в данном случае, представлять Клинтона предпочтительнее Доула) и они должны представляться вероятными

целевой аудитории (по иронии судьбы, мимоличный намек Доула на «мост в былые времена», как кажется, санкционировал применение Клинтонном модели «Доул – это мост в прошлое»).

Хотя Гоффман представляет интереснейший анализ моделирования, описывая два способа сдвига моделей, применение метафоры Клинтонном не укладывается однозначно ни в одну из выявленных им форм трансформации – разъяснений или махинаций. Я предлагаю добавить третью форму сдвига моделей – «метафорическую». Данный подход имеет преимущество, поскольку не может быть подвержен дискредитации, как уже отмечалось выше. Я не утверждаю, что метафорическую модель невозможно дискредитировать; просто обычно это довольно сложно. На самом деле – в данном вопросе – Доул однозначно сражался с новой моделью Клинтона, но он не смог ни вырваться из нее, ни подчинить ее своим целям. Поскольку метафоры не буквальны, они являются особенно привлекательными и гибкими моделями.

Что мы можем вынести из этого анализа эффективности использования метафоры? Пять ключевых принципов могут быть выведены из оценки, представленной выше. Прежде всего, не все метафоры обладают одинаковой воздействующей силой, поэтому ратору необходимо выбрать метафору, которая наиболее вероятно найдет отклик у аудитории. Во-вторых, метафора должна облегчать явную цель ратора. Метафора должна расцениваться не как стилистическое украшение, а как организующий принцип, облегчающий задачи ратора. Миллионы планов на будущее Клинтона как нельзя лучше подходили под его мост в будущее. Президент будет вести будущее, а не в прошлое. В-третьих, ратору необходимо распределить метафору по всему дискурсу, а не по какому-либо ограниченному его сегменту. Клинтон развивал свою метафору в своем обращении, а затем и в других своих речах на протяжении кампании. В-четвертых, метафора и дискурс не должны быть внутренне противоречивыми. Сокращение налогов на 15% – ключевой компонент программы Доула – по своей природе ориентировано скорее на будущее, чем на прошлое. Доул просто ошибся, попытавшись сделать прошлое и отказ от материального успеха такими важными компонентами своего обращения. В-пятых, раторам настоятельно рекомендуется вовлекать аудиторию в развитие метафоры. Клинтон взял на себя ответственность за свою метафору, но также пригласил свою аудиторию принять участие.

Сколаршип (Scholarship) искал подтверждений эффектов риторики. Штроммер-Гэлли и Шиаппа (Stromer-Galley and Schiappa 1998) жаловались на то, что догадки о влиянии дискурса на аудиторию не находят точных подтверждений. Эдвардс (Edwards 1996) заявлял, что многим последним книгам по президентской рито-

рике не достает доказательств для заявлений об эффективности. Я привожу данные опросов общественного мнения, сведения из репортажей СМИ о ходе кампании и свидетельства из дискурса одного из раторов, задействованных в ситуации (Доула). Вместе взятые эти данные обеспечивают эмпирическую поддержку моего заявления о том, что темпоральное метафорическое моделирование Клинтонна было эффективным.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Метафора Клинтонна стала интерпретирующей структурой для толкования кандидатов, их политических инициатив и их дискурсов. Услышавший речь Доула без (или до) озвучивания модели Клинтонна не стал бы расценивать метафору Доула о мосте в прошлое в качестве основной темы его речи (об этом свидетельствуют новостные комментарии, опубликованные до обращения Клинтонна). Текстовый анализ выявил, в частности, что многие абзацы из обращения Доула были обращены к будущему. Тем не менее, как только Клинтон ввел свою модель, наблюдателям стало сложно воспринимать речь Доула и его общую программу иначе. Таким образом, важная часть влияния метафоры лежит в ее способности служить стенографическим описанием личности или ситуации (как синекдоха). Фразы-антонимы Клинтонна «мост в прошлое» и «мост в будущее» служили целям сжатой характеристики его самого и его оппонента. Это был простой и доходчивый прием – хотя и, как уже было показано, несколько упрощенный. Моделирование способно трансформировать то, как люди, события и дискурс воспринимаются и обсуждаются.

ЛИТЕРАТУРА

- Aristotle's rhetoric and poetics (I. Bywater, trans). New York: Modern Library, 1954.
- Clinton gets convention bounce despite aide's resignation // Associated Press – August 30, 1996.
- Benoit, W. L. Seeing spots: A functional analysis of presidential television advertisements, 1952-1996. – New York: Praeger, 1999.
- Benoit, W. L., Blaney, J. R., & Pier, P. M. Campaign '96: A functional analysis of acclaiming, attacking, and defending. – New York: Praeger, 1998.
- Benoit, W. L., Blaney, J. R., & Pier, P. M. Acclaiming, attacking, and defending: A functional analysis of nominating convention keynote speeches, 1960-1996 // Political Communication. 2000. № 17. P. 61-84.
- Benoit, W. L., Wells, W. T., Pier, P. M., & Blaney, J. R. (1999). Acclaiming, attacking, and defending in presidential nominating acceptance addresses, 1960-1996. Quarterly Journal of Speech, 85, 247-267.
- Berg, S. Campaign sampler; Bridge metaphors in danger of collapse // Minneapolis Star Tribune – September 4, 1996. P. 14A.
- Black, M. Metaphor. In M. Black (Ed.), Models and metaphor // Ithaca, NY: Cornell University Press. 1962. P. 25-47.
- Blankenship, J. The search for the 1972 Democratic nomination: A metaphorical perspective // J. Blankenship & H. G. Stelzner (Eds.), Rhetoric and communication: Studies in the Illinois tradition. – Urbana, IL: University of Illinois Press, 1973. P. 236-260.
- Burke, K. Permanence and change. – Indianapolis // Bobbs-Merrill, 1965.
- Burke, K. Language as symbolic action: Essays on life, literature, and method. – Berkeley, CA: University of California Press, 1966.
- Cicero. De oratore (H. Rackham, trans.). – Cambridge, MA: Harvard University Press, 1942.
- Clinton, W. J. A bridge to the future // Vital Speeches of the Day. 1996. № 62. P. 706-712.
- Dole, R. The best days are yet to come // Vital Speeches of the Day. 1996. № 62. P. 674-679.
- Editorial. Family leave fills real need. // Atlanta Journal and Constitution. – September 14, 1996. P. 12A.
- Edwards, G. C. Presidential rhetoric: What difference does it make? // M. J. Medhurst (Ed.), Beyond the rhetorical presidency. – College Station, TX: Texas A&M University Press, 1996. P. 199-217.
- Feagler, D. Dole's bridge to the past is well worth exploring // Cleveland Plain Dealer. – September 13, 1996. P. 2A.
- Fields, W. Union of words: A history of presidential eloquence. – New York: Free Press, 1996.
- Goffman, E. Frame analysis: An essay on the organization of experience. – Boston: Northeastern University Press, 1986. (Original work published in 1974)
- Gore: Look at our accomplishments // USA Today. – August 29, 1996. P. SA.
- Gustainis, J. J., & Benoit, W. L. Analogic analysis of the presidential candidates' acceptance speeches at the 1980 national nominating conventions // Speaker and Gavel. 1988. № 25. P. 14-23.
- Henry, D. The rhetorical dynamics of Mario Cuomo's 1984 keynote address: Situation, speaker, metaphor // Southern Speech Communication Journal. 1988. № 53. P. 105-120.
- Hodgkinson, G., & Leland, C. M. Metaphors in the 1996 presidential debates: An analysis of themes // L. L. Kaid & D. G. Bystrom (Eds.), The electronic election: Perspectives on the 1996 campaign communication. – Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 1996. P. 149-161.
- Holbrook, T. M. Do campaigns matter? Thousand Oaks, CA: Sage, 1996.
- Houck, D. W. Reading the body in the text: FDR's 1932 speech to the Democratic National Convention // Southern Communication Journal. 1997. № 62. P. 20-36.
- Iyengar, S. Framing responsibility for political issues: The case of poverty // Political Behavior. 1990. № 12. P. 19-40.
- Jamieson, K. H. The metaphoric cluster in the rhetoric of Pope Paul VI and Edmund G. Brown // Quarterly Journal of Speech. 1980. № 66. P. 51-72.
- Medhurst, M. J., Ivie, R. L., Wander, P., & Scott, R. L. (Eds.). Cold war rhetoric: Strategy, metaphor, and ideology. – East Lansing, MI: Michigan State University Press, 1998.
- Osborn, M. M. The evolution of the theory of metaphor in rhetoric // Western Speech. 1967. № 31. P. 121-130.

- Osborn, M. M., & Ehninger, D. The metaphor in public address // *Speech Monographs*. 1962. № 29. P. 223-234.
- Purdum, T. S. Bridges for both parties: Requiem for a metaphor too far. – *New York Times*. – September 8, 1996. P. 4, 5.
- Norvold, R. O. Rhetoric as ritual: Hubert H. Humphrey's acceptance address at the 1968 Democratic National Convention // *Today's Speech*. 1970. № 18. P. 34-38.
- Reddy, M. J. The conduit metaphor: A case of frame conflict in our language about language // D. Ortony (Ed.), *Metaphor and thought*. – Cambridge: England: Cambridge University Press, 1979. P. 284-324.
- Rhee, J. W. Strategy and issue frames in election campaign coverage: A social cognitive account of framing effects // *Journal of Communication*. 1997. № 47(3). P. 26-48.
- Richards, I. A. *The philosophy of rhetoric*. – London: Oxford University Press, 1936.
- Ritter, K. W. American political rhetoric and the jeremiad tradition: Presidential nomination acceptance addresses, 1960-1976 // *Central States Speech Journal*. 1980. № 31. P. 153-171.
- Ritter, K. W. The presidential nomination acceptance speech since 1980: An evolving American jeremiad // D. D. Call (Ed.), *Generic criticism of American public address* – Dubuque, IA: Kendall/Hunt, 1996. P. 201-210.
- Scheele, H. Z. Ronald Reagan's 1980 acceptance address: A focus on American values // *Western Journal of Speech Communication*. 1984. № 48. P. 51-61.
- Schon, D. A. Generative metaphor: A perspective on problem-setting in public policy // A. Ortony (Ed.), *Metaphor and thought* – Cambridge, England: Cambridge University Press, 1979. P. 254-283.
- Smith, C. A., & Smith, K. B. The 1984 Reagan-Mondale presidential debates. In R. V. Friedenberg (Ed.), *Rhetorical studies of national political debates, 1960-1992*. – Westport, CT: Praeger, 1994. P. 95-119.
- Smith, C. R. Richard Nixon's 1968 acceptance speech as a model of dual audience adaption // *Today's Speech*. 1971. № 19. P. 15-22.
- Smith, L. D., & Nimmo, D. *Cordial concurrence: Orchestrating national party conventions in the telepolitical age*. – New York: Praeger, 1991.
- Stelzner, H. G. Ford's war on inflation: A metaphor that did not cross // *Communication Monographs*. 1977. № 44. P. 284-297.
- Stromer-Galley, J., & Schiappa, E. The argumentative burdens of audience conjectures: Audience research in popular culture criticism // *Communication Theory*. 1998. № 8. P. 27-62.
- Tedesco, J. C., Miller, J. L., & Spiker, J. A. Presidential campaigning on the information superhighway: An exploration of content and form // L. L. Kaid & D. G. Bystrom (Eds.), *The electronic election: Perspectives on the 1996 campaign communication*. – Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 1999. P. 51-63.
- Trent, J. S., & Friedenberg, R. V. *Political campaign communication: Principles and practices*, 3/e. – Westport, CT: Praeger, 1995.
- Tversky, A., & Kahneman, D. Judgment under uncertainty: Heuristics and biases: Biases in judgments reveal some heuristics of thinking about uncertainty // *Science*. 1974. №185. P. 1124-1131.
- Tversky, A., & Kahneman, D. The framing of decisions and the psychology of choice // *Science*. 1981. № 211. P. 453-458.
- Tversky, A., & Kahneman, D. Rational choice and the framing of decisions // D. E. Bell, H. Raiffa, & A. Tversky (Eds.), *Decision making: Descriptive, normative, and prescriptive interactions*. – Cambridge, England: Cambridge University Press, 1988. P. 167-192.
- Valley, D. B. Significant characteristics of Democratic presidential nomination acceptance speeches // *Central States Speech Journal*. 1974. № 25. P. 56-62.
- Valley, D. B. *A history and analysis of Democratic presidential nomination acceptance speeches to 1968*. – Lanham, CT: University Press of America, 1988.
- Walters, S. Clinton means taxes, Dole says During Madison stop, he calls incumbent's promises a toll bridge // *Milwaukee Journal Sentinel*. – September 5, 1996. P. 1.
- Weaver, R. Language is sermonical // R. L. Johannesen, R. Strickland, & R. T. Eubanks, (Eds.), *Language is sermonical: Richard M. Weaver on the nature of rhetoric*. – Baton Rouge, LA: Louisiana State University Press, 1970. P. 201-225.
- Weithoff, W. E. "I accept your nomination": Carter, Reagan, and classical obscurantism // *Indiana Speech Journal*. 1981. № 16. P. 33-40.
- Weisberg, H. F., & Kimball, D. C. The 1992 presidential election: Party identification and beyond. Paper presented at the American Political Science Association, Washington, DC (quoted in M. A. Levine, (1995). *Presidential campaigns and elections: Issues and images in the media age*. Itasea, IL: Peacock Publishers, 1993).
- Zarefsky, D. *President Johnson's war on poverty*. Tuscaloosa, AL: University of Alabama Press, 1986.

© Бенуа У., 2001

© Аникин Е.Е. (перевод), 2009