

Г.В. Плясова
Екатеринбург

**Языковые средства формирования имиджа политика
(на материалах интервью)**

Ключевые слова: имидж политика, интервью, языковые средства, публичное выступление.

Публичные выступления всегда считались самым эффективным средством воздействия политических деятелей на граждан. Современная тенденция к полноценному диалогу между государством и обществом приводит к расцвету «разговорных», в буквальном смысле слова, жанров СМИ. Интервью как один из основных информационных жанров публицистики способствует не только лучшему восприятию информации аудиторией, но и реализует стоящую не на последнем месте идею политика: осуществляет презентацию и позиционирование личности, с помощью особых языковых сигналов и композиционных особенностей жанра интервью формирует целостный образ героя, тем самым оказывая необходимое воздействие на публику.

Интервью является удачной «базой» для формирования и позиционирования имиджа в процессе непосредственной коммуникации политика и представителя общественного мнения — журналиста. Именно в данном жанре публицистики диалогичность как особенность построения интервью удачно сочетается с возможностью развернутых и полных ответов интервьюируемого, через которые высвечивается имидж личности.

Наиболее распространенное и обобщенное толкование имиджа предлагает Г.Я. Солганик: «Имидж — образ, представление о человеке, создаваемые у окружающих самим человеком или другими заинтересованными лицами; стиль поведения человека» [Солганик 2008: 252]. Имидж должен обладать целостностью, согласованностью его элементов, отдельные его составляющие не должны противоречить друг другу. Это условие необходимо для его эффективного использования, оно выгодно для носителя имиджа, так как позволяет «по одной вводимой черте вызывать в массовом сознании другие сопутствующие характеристики» [Почепцов 2000: 44]. Имидж должен быть угадываемым, распознаваемым в обществе, поэтому в имиджологии постепенно складываются традиционные образы-маски, используемые публичными людьми.

Политический имидж — это сложившийся в массовом сознании «эмоционально окрашенный образ-представление о политическом

субъекте, имеющий характер стереотипа, наделяющий объект путем ассоциаций дополнительными ценностями (социальными, психологическими, эстетическими и т.д.), необязательно имеющими основания в реальных свойствах самого объекта» [Шашлов 2001: 85]. Для имиджа политического деятеля в современном обществе характерно то, что «граждане формируют, как правило, свои представления о политиках не в результате непосредственного контакта с ними, а на основе символической репрезентации последних в СМИ» [Мякотина 2008: 6]. Современные политики являются в сознании людей своего рода «мифическими героями» и наделяются определенными чертами и свойствами. Именно в сфере СМИ реализуются политические «роли», «маски», «ярлыки» и т. п.

Имидж — понятие системное, представленное несколькими элементами, взаимосвязанными между собой. В текстах интервью находят отражение главным образом две составляющие имиджа: внутренний образ и процессуальный (внутренний как представление «менталитета, т. е. образа мыслей, интеллекта, профессионализма, интересов, ценностей, тезауруса понятий» [Потемкина 2006]; процессуальный как «отстаивание» этих идей: «эмоциональная выразительность, страстность, энергия, скорость реакций — все то, что относят к темпераменту» [Потемкина 2006]).

Реализация внутреннего и процессуального компонентов имиджа в интервью происходит с помощью различных языковых средств, в том числе собственно журналистских методов и уловок (как эксплицитными, формальными способами, так и имплицитными, скрытыми, неявными).

К средствам создания внутреннего образа собеседника в политическом интервью относятся заголовки интервью; тематика интервью, обозначенная в самом тексте; авторские «предисловия» и «послесловия» к интервью; отбор лексических средств.

Содержание политических интервью предопределяет использование в них «специальной группы слов (а также фразеологизмов, составных наименований) — политической лексики (*парламент, депутат, глава администрации, голосование, избиратель, мэр, оппозиция, указ* и т.п.)» [Чудинов 2006: 90]. Сама «политичность» того или иного слова или выражения распознается читателем в интервью, и, более того, политическая лексика может служить характеризующим признаком в формировании целостного образа личности. Политическая лексика прежде всего работает на выстраивание внутренней составляющей имиджа: она может отражать способ мышления героя интервью, его профессиональные цели, а также основные политические идеи и интересы. По мнению Л. Л. Бантышевой, политическая лексика «наиболее

всего подвержена общественно-политическим, социальным изменениям и идеологическим перестройкам» [Бантышева 2007: 18], что способствует характеристике той или иной личности в интервью, ее отношению к определенному, исторически сложившемуся политическому типу.

В статье «Что говорят политики, чтобы нравиться своему народу» О. С. Иссерс отмечает, что политическая власть, по определению, строится по модели воздействия на массы, управления людьми, а важнейшая составляющая этой модели — речь, слово, способное увлечь аудиторию. Как известно, приход личности к политической деятельности сопровождается выбором ею определенной роли, которую личность будет играть на политической сцене, и, следовательно, выбором тематических доминант, на которые будет делаться акцент в речи. Политическая лексика и лексика, характерная для определенных политических групп, занимает важное место в так называемом «присваивании ярлыков» политикам (по выражению О. С. Иссерс) для их идентификации. Приведем примеры некоторых типовых ролей [Иссерс 1996].

Роль **Патриота и Державника**, например, поддерживается следующими выражениями: *Я центрист, державник и либерал; Родина-мать — это и Андреевский флаг, и георгиевская лента, и Магнитка с Днепрогэсом; Я как честный офицер и настоящий патриот уже устал от того, что всю мою когорту обвиняют в воровстве и коррупции.*

Микророль **Избранник народа** характеризуется выражениями типа: *Мое сердце — с тремя миллионами моих избирателей; Политика для меня — это не профессия, не то место, где я хочу быть, но это возможность влиять на решения, которые важны для моего народа; Не нужно прятаться от народа.*

Роль **Хозяина и Сильной руки** может позиционироваться с помощью выражений: *Многие считают меня человеком с диктаторскими замашками. Да, я такой и есть, но не в политике, а в экономике, в хозяйстве; Меры надо принимать мгновенные и жесткие; Ради достижения поставленных целей обязана демонстрировать жесткость и требовательность. Если бы дала слабину, моментально упустила бы нити управления городом.*

Интересно позиционирование роли **Борца за социальную справедливость**. О. С. Иссерс, отмечает, что «тематические цепочки типа: старики, пенсионеры, малообеспеченные, безработные, многодетные семьи — достаточно однозначно маркируют имидж Борца... Кроме защиты обездоленных, энергия Борца направлена на борьбу с мафией и коррупцией» [Иссерс 1996: 73]. *Я уже многие детские сады вернул*

из офисных, из милицейских, даже из муниципальных использований опять в детские сады; Мы сохранили доплаты пенсионерам, получающим меньше прожиточного минимума; И с коррупцией, и с гаишниками-взяточниками было бы покончено; В итоге успешной операции коррупционера прихватили с поличным. Мне была нужна громкая публичная акция, чтобы в городе поняли, по каким законам впредь придется жить и работать.

Роль **Неполитика** характеризует человека якобы вынужденно вовлеченного в политическую деятельность: Политический капитал зарабатывал с лопатой в руках — закапывал ямы на местных дорогах и возрождал в односельчанах вкус к субботникам; Человеку такому, как я, в политике делать нечего.

А. П. Чудинов категоризирует политическую лексику и выражения в зависимости от представления в них ценностей и антиценностей политика: «ценность — это то, что субъекты политической деятельности считают наиболее важным для себя, к чему они стремятся, за что готовы бороться. Соответственно, антиценность — это то, что воспринимается как нежелательное, вредное, против чего борются субъекты политической деятельности» [Чудинов 2006: 48]. В роли политических ценностей чаще всего выступают:

– **свобода** как «отсутствие стеснений и ограничений, связывающих общественно-политическую жизнь и деятельность какого-н. класса, всего общества или его членов» [Ожегов 1991: 702]: И мы сделаем все, чтобы их поколение жило в свободной процветающей стране; Вопрос свободы России, позиционирования ее как европейского государства всегда был главной целью; Я другу-бизнесмену ответил, что, как это ни парадоксально, мало в стране людей, которые могут защищать свободу, и я один из них.

– **справедливость** как «справедливое отношение к кому-н., беспристрастие, соответствие истине» [Ожегов 1991: 756]: Мы всегда выступали и выступаем за простую и справедливую систему с низкими налогами; Для нас важно, чтобы российские потребители получали качественные продукты по справедливой цене; Я верю, что мы сумеем воплотить мечту о справедливом, успешном обществе.

– **законность** как «соблюдение законов, положение, при котором жизнь общества охраняется законами» [Ожегов 1991: 210]: Поэтому я всегда настаиваю на законных методах борьбы – законных, значит, прописанных в Конституции и законе; Используемая схема законна, не противоречит Конституции, законам республики; Замечу, кандидаты от КПРФ в Краснодарскую городскую Думу были зарегистрированы

избиркомом абсолютно законно, наши юристы проверили все материалы.

– **стабильность** как «прочность, устойчивость, постоянность» [Ожегов 1991: 759]: *Мы не стремимся к господству в регионе, мы просто хотим способствовать тому, чтобы он стал надежнее и стабильнее; Мы поддерживаем хорошие отношения со всеми странами и больше всего хотим, чтобы в регионе установилась стабильность; Очевидно, что мы нуждаемся в восстановлении стабильности и баланса наших государственных финансов.*

– **демократия** как «политический строй, основанный на признании принципов народовластия, свободы и равенства граждан» [Ожегов 1991: 163]: *К зрелости общества относятся также демократия и верховенство закона; Для меня самый важный вопрос — это создание демократического еврейского государства, обеспечение безопасности этих ценностей; Уход в политику означает работу над тем, чтобы у нас появились законы демократического общества.*

– **права человека** как «охраняемые государством, узаконенные возможности что-н. делать, осуществлять» [Ожегов 1991: 575]: *Мы на деле отстаиваем права граждан на свободу собраний и митингов; Первый уровень работы — системные проблемы общественного развития и соблюдения прав человека; С 2008 года мы занимаемся контролем за соблюдением прав человека в местах лишения свободы.*

– **всеобщее благосостояние** как «достаток, благополучие» [Ожегов 1991: 56]: *Мир и стабильность на Ближнем Востоке отвечают интересам всех сторон, только они позволят превратить наш регион в общую зону благосостояния; Так была создана модель экономики благосостояния; В моем понимании современная европейская модель — это своего рода смесь, состоящая из системы всеобщего благосостояния, с одной стороны, и свободного рынка, свободной инициативы и предпринимательства — с другой.*

При выявлении системы ценностей того или иного политика используется представление антиценностей в качестве объекта борьбы: *Наша цель — защитить трудовые и социальные права членов профсоюзов; Единая валюта и общая европейская судьба — эти вещи стоят того, чтобы за них бороться; Преодолением коррупции мы будем заниматься еще годы; В том числе и потому, что позволяет бороться с бедностью.*

При представлении ценностей политик может использовать противопоставление их антиценностям для большей наглядности своей позиции и утверждения собственной правоты в глазах аудитории:

Только живя в ладу со своей совестью, будучи свободным и стремясь к справедливости, человек может быть счастливым. Сегодня я вижу, как людей убеждают: в России важна только сытость. Сытому не нужна свобода, сытому не важна справедливость, сытость заменит совесть — политик противопоставляет понятия сытость и совесть, сытость и справедливость, сытость и свобода, материальное удовлетворение он противопоставляет духовному.

Собственно лексическая составляющая текстов политических интервью указывает на один из основных аспектов имиджа политика — социальный. Главное, что стремится представить политический деятель своими ответами, — понимание проблем народа, заинтересованность в их решении, заботу о людях и активное участие в жизни общества. Герой интервью позиционирует выбранную им роль с помощью характерных для этой роли слов и выражений, а также уделяет особое внимание основным, исторически сложившимся в стране ценностям и антиценностям.

Литература

- Бантышева Л. Л. Общественно-политическая лексика начала XX века: традиции изучения // Политическая лингвистика. — 2007. — Вып. 1 (21).
- Иссерс О. С. Что говорят политики, чтобы нравиться своему народу // Вестник Омского университета. — 1996. — Вып. 1.
- Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник. — М., 2003.
- Мякотина О. В. Имидж политического лидера: тенденции становления и изменения. Автореф. дисс. ... канд. полит. наук. — М., 2008.
- Ожегов С. И. Словарь русского языка / Под ред. Н. Ю. Шведовой. — М., 1991.
- Потемкина О. Ф. Имидж политического лидера. — М., 2006.
- Почепцов Г. Г. Имиджелогия. — М., 2000.
- Солганик Г. Я. Толковый словарь. Язык газеты, радио, телевидения. — М., 2008.
- Чудинов А. П. Политическая лингвистика. — М., 2006.
- Шашлов М. Н. Политический имидж как актуальный предмет исследования // Актуальные проблемы политологии: сборник научных работ студентов и аспирантов Российского университета дружбы народов. — М., 2001.

© Плясова Г. В., 2012