

ФИЛОЛОГИЯ И ЛИНГВИСТИКА

Шамсутдинова Адиля Искандеровна

канд. филол. наук, и.о. доцента

Кыргызско-Российский Славянский

университет им. Б.Н. Ельцина

г. Бишкек, Киргизская Республика

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ИМИДЖА ПОЛИТИКА

Аннотация: статья посвящена проблеме создания имиджа политика. Как отмечает автор, создание положительного имиджа – это одна из главнейших задач политического лидера. Для создания образа используются различные средства. Одним из важных средств является язык, поскольку чаще всего народ сначала знакомится с политиком через печатные СМИ, а потом уже видит его.

Ключевые слова: политический лидер, имидж, языковые средства, дискурс, языковая игра, оратор, публичное выступление, языковая культура.

Политическая и управленческая деятельность имеют много общего.

С одной стороны, государственным служащим и в России, и в Кыргызстане запрещено создавать на рабочем месте структуры политических партий и общественно-политических движений.

С другой стороны, в структуре властных отношений в обществе государственная служба – это основное звено управления и организации, поэтому полностью оторванной от политики, она быть не может.

Если сравнить речи разных политиков, мы увидим, что у каждого оратора наблюдаются свои особенности.

Публичная речь представляет большие трудности для любого выступающего. Для человека естественней диалогическая речь, которую можно слышать повсеместно каждый день: в магазине, в транспорте, на работе. Монологической речи надо учиться, последовательно овладевая её законами и вырабатывая необходимые навыки [3, с. 31–38].

Профессиональное общение на государственной службе бывает публичным и межличностным. Оно осуществляется в различных ситуациях, среди которых можно выделить строго официальные, менее официальные и ситуации полуофициального повседневного общения. В устной речи информантов – госслужащих и их сослуживцев отмечен высокий удельный вес глаголов и глагольных форм. Это и не случайно, так как речь политиков и чиновников обладает определенной интенцией. Речевая интенция публичного служебного общения – сообщить официальную информацию, отдать распоряжение, убедить аудиторию и мобилизовать её для выполнения определенной работы. Речевая интенция межличностного служебного общения – выбрать правильную стратегию деятельности, добиться соответствующего результата, при этом проявить себя квалифицированным и компетентным сотрудником, достойно выглядеть в глазах коллег и в первую очередь – в глазах непосредственных руководителей, поскольку от этого зависит продвижение по службе.

Особенностью рассматриваемого языка является тот факт, что «входящие в него слова и словоформы выполняют особую социопсихологическую роль, служа для использующих их приметой принадлежности к одному кругу тесно взаимодействующих (не только кооперативно, но находящихся на разных позициях в этом взаимодействии) и понимающих друг друга людей» [1, с. 161].

Несмотря на то, что многие элементы лексикона политиков и чиновников имеют стилистически сниженный оттенок, они активно используются в СМИ, в том числе в речи журналистов, ведущих информационные программы на телевидении.

Язык и культура – явления взаимосвязанные. Язык является хранителем культурных ценностей, зафиксированных (закодированных) в единицах языка, в устных и письменных текстах.

Культура, закодированная в единицах языка,- это языковая картина мира, которая включает весь объем знаний, зафиксированный в языке народа, на нем говорящего.

В современной лингвистике на базе политической коммуникации и общественной дисциплины «политология» формируется новое направление – политическая лингвистика. «Одно из актуальных направлений политической лингвистики – изучение отдельных политических концептов в рамках соответствующего языка и национальной культуры, обращение к проблемам понимания политических реалий того или иного государства гражданами других государств» [2, с. 5]. Объект изучения политической лингвистики – политические тексты и язык этих текстов.

Отражая социально-политические процессы в обществе, именно язык политики, язык прессы динамично развивается, проходя сложные преобразования: семантические изменения (различные трансформации значений слов), номинации новых реалий, новые словообразования, новейшие заимствования, специфичную терминологию языка, политическую метафоризацию и так далее.

Ни одна стилевая разновидность языка (ни научный, ни официально-деловой стили, ни язык художественной литературы) не развивается так стремительно, стихийно, как публицистический стиль, язык газеты. Язык прессы дал новый толчок развитию такой способности языка, как создание подтекста, выражающегося в политическом дискурсе разного рода импликациями: намеками, недосказанностью, использованием слов и фразеологических единиц в переносном значении. Последнее является одним из сложнейших способов представления политической языковой «картины мира», в том числе невербальной: намеки, недосказанности.

Языковое сознание реализуется в вербальном поведении. Способы же реализации языкового самосознания могут быть разными – вербальными и невербальными. Так, определенные языковые выражения люди квалифицируют как ругательства и реагируют на них поведением, далеко не всегда вербальным (например, брезгливым или возмущенным взглядом, жестом и так далее).

Наша речь характеризуется определенным темпом, продолжительностью, тембровыми особенностями, степенью громкости, артикуляционной четкости,

акцентом, тоном. Мы хорошо запоминаем не только «голос» знакомого нам человека, но и его манеру говорения. Одной из ярких индивидуальных особенностей звучащей речи является различное использование говорящим фонетического эллипсиса. Разнообразные фонетические явления, которые принято объединять в группе эллиптических, представляют собой факультативную потерю в разговорной речи части звуковых сегментов или признаков, содержащихся в кодифицированном фонетическом тексте. Тенденции к упрощению звуковой цепи благоприятствует быстрый темп речи. Исследователи отмечали, что фонетический эллипсис наблюдается и в медленной речи – это высокочастотные слова и все случаи, связанные с так называемой лексикализацией фонетического усечения (шас, тыща, вапще и то прочее).

Наличие или отсутствие фонетического эллипсиса в речи данного лица формирует во многом фонетический облик его речи.

Инвентарь индивидуальных приемов разговорного словоупотребления близок к инвентарю, выделяемому при анализе речи персонажей художественных произведений. Это применение неологизмов (окказионализмов), тропов, цитат, клише; вкрапление иностранных, диалектных, жаргонных и вообще любых элементов, несвойственных используемому стилю.

Для более или менее адекватного выделения индивидуальных проявлений необходимо хорошее знакомство с языковым фоном, окружением портретируемого. При отсутствии сведений о фоне и о предшествующем речевом поведении информантов степень неожиданности или необычности, образности большинства высказываний остается неясной. Но и изучение фона, то есть системы разговорной речи в целом, описание приемов словоупотребления, исчисление ситуативных формул невозможны без сведений об идиостилях. В противном случае частые и редкие особенности могут быть приняты за типовые характеристики, например, непринужденного стиля.

Но, как говорилось ранее, самую полную характеристику лидирующей личности даст все же его речевой портрет.

Тематическая ориентация политических текстов обусловила использование специфических групп слов. Основную смысловую нагрузку несет концептуальная лексика, включающая общественно-политическую и экономическую терминологию, речевые формулы официально-делового стиля и так далее. На этом фоне заметно тяготение политиков изъяснять свои мысли при помощи различных речевых штампов.

При анализе речей необходимо рассматривать и личностные характеристики оратора, так как это помогает узнать истинный смысл его мыслей, скрытый за речью.

Анализируя выступления политиков, можно увидеть, что они охотно используют фразеологизмы, жаргонную лексику, это сближает их с народом, и люди больше верят им. Также эти ораторы очень любят гиперболизировать или преуменьшать реальные события, чтобы показать их значимость или незначительность. Очень много эпитетов, с помощью которых политики дают характеристику кому-то или чему-то. Из выразительных средств используются англицизмы, метафора, синекдоха, олицетворение, метонимия и другие тропы для придания большей образности. Нередким являются использования фразеологических средств русского языка, что создает экспрессивность.

Об имидже как о необходимом атрибуте любой формы власти, любой фигуры на политическом поле заговорили в нашей стране совсем недавно. Имидж в современной жизни стал, самой «насуцной» политической проблемой наших кандидатов. Ни одно явление в нашем государстве ни пользуется таким повышенным вниманием и усиленной заботой политиков, как их собственный имидж. Возможно, этим и объясняется то, что именно во время выборов страна начинает удивлять всех высокой политической активностью своих кандидатов и граждан. Имидж – внешняя оболочка человека, его «вывеска», имеющая со своим обладателем мало общих черт. Являясь символической, эта оболочка скрывает от внешних глаз истинные характеристики своего хозяина. Особую роль играла символика, создававшая или укреплявшая определенный имидж.

Ядром работы по формированию имиджа является разработка различных стратегий воздействия на состояние общественного мнения, чаще всего по законам товарной рекламы. Элементы и этапы создания имиджа политика дублируют элементы и этапы формирования имиджа товаров. Выбираются наиболее выгодные черты политика и в утрированной форме преподносятся избирателям. При этом огромное значение имеет их соотнесение с намеренно подчеркиваемой сложностью и катастрофичностью ситуации в стране. Так рождается миф о политике-герое, способном чудесным образом вывести народ из такой ситуации. А после выборов поддержка избирателей уже не так важна. Созданный миф откладывается до следующих выборов или вовсе «выбрасывается» вместе с обещаниями.

Формирование имиджа политика идет в основном через СМИ, поэтому необходимо учитывать их специфику. Именно через них можно проводить эффективную коммуникационную политику, получая возможность использовать все многообразие средств создания имиджа политика. Особо выделяются языковые средства формирования имиджа политика.

Важную роль в формировании имиджа политика играет манера речи и её содержание. Вообще речь «выдает» любого человека, не только политика. В ней отражается его характер, уровень общей культуры, интеллекта, социальное происхождение, темперамент, эрудиция и так далее. Поэтому корректировать речь политика очень трудно.

Список литературы

1. Горбаневский М.В. Не говори шершавым языком / М.В. Горбаневский, Ю.Н. Караулов, В.М. Шаклеин. – М., 1999. – С. 161.
2. Ли В.С. Парадигмы знания в современной лингвистике. – Алматы, 2003. – С. 24.
3. Якубинский Л.П. Избранные работы. Язык и его функционирование. – М., 1986. – С. 31–38.