

ФИЛОЛОГИЯ И ЛИНГВИСТИКА

Усатюк Наталья Борисовна

старший преподаватель

Савельева Елена Сергеевна

канд. филол. наук, доцент

Омский автобронетанковый инженерный институт
ФГБОУ ВПО «Военная академия материально-технического
обеспечения им. генерала армии А.В. Хрулева» Минобороны России
г. Омск, Омская область

ТЕРМИНОЛОГИЯ РОДСТВА КАК ЦЕННОСТНАЯ ДОМИНАНТА В ФОРМИРОВАНИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА

Аннотация: в статье отмечается, что использование терминов родства и дружбы в политическом дискурсе практически всегда сопровождается оценкой, в данном случае оценка составляет цель самого высказывания. Обращается внимание, что при помощи воздействия на установки и стереотипы, осуществляется определенная коррекция ценностей у объекта речевого воздействия. Наиболее распространенными в политической пропаганде являются манипуляции с базовыми оценочными категориями: «добро-зло», «польза-вред» и др.

Ключевые слова: дискурс, оценка, имидж, политическая речь.

Исследования в области языка политики и языка масс-медиа имеют давние традиции, однако вопросы функционирования политического и масс-медийного дискурса до сих пор не перестают привлекать внимание учёных. Круг проблем, находящихся в фокусе проводимых исследований, весьма широк и включает, помимо прочего, такие вопросы, как: оценочность, метафоричность, манипулятивность, формирование политического имиджа кандидата и другие.

В политическом дискурсе обнаруживается «преобладание воздействия и оценки над информированием, эмоционального над рациональным» [8, с. 46].

Соответственно, политическая речь может быть определена как использование общенародного языка в процессе создания политического текста. Специфика политической речи заключается в особенности ее содержания и проблематики (распределение власти), функций (эмоциональное воздействие на адресата, склонение адресата к тем или иным действиям), использования характерных для этого вида деятельности коммуникативных стратегий и тактик.

Необходимо подчеркнуть, что в политической речевой деятельности очень важно учитывать участие не только адресанта, но и адресата. В данном случае речь идет не просто об интерпретации текста, а об однозначной, правильной, ожидаемой интерпретации.

Наиболее яркие примеры политических текстов – это предвыборная агитация, парламентские дебаты, политическая коммуникация, осуществляемая журналистами и при посредстве журналистов, рассчитанные на массовую аудиторию (интервью, аналитическая статья в газете, написанная журналистом, политологом или политиком).

Традиционные наименования родства и дружбы как в прямом смысле, так и в метафорическом переосмыслении в политическом дискурсе широко использовались раньше и не менее популярны в настоящее время.

Интересно отметить, что использование терминов *родства* и *дружбы* в политическом дискурсе практически всегда сопровождается оценкой, в данном случае оценка составляет цель самого высказывания. Стереотипные представления о человеке как родственнике и друге в текстах, например, предвыборной агитации, используются в качестве одного из инструментов предвыборных технологий. Очень часто портретный образ политика, основные черты его личности конструируются через его родственные и дружеские отношения. В итоге – это одна из важнейших составляющих имиджа кандидата.

Нужно отметить, что при помощи воздействия на установки и стереотипы, осуществляется определенная коррекция ценностей у объекта речевого воздействия. Наиболее распространенными в политической пропаганде являются манипуляции с базовыми оценочными категориями: «добро-зло», «польза-вред» и

др. Как нам представляется, подобными оценочными оппозициями можно считать дихотомию «норма – не норма», «стандарт – не стандарт».

В текстах политического дискурса актуализируются когнитивные структуры, представленные конвенциональными когнитивными признаками или однозначно интерпретируемыми фоновыми знаниями.

Женат, *жена* Анжелика Дмитриевна – консультант Омского областного суда, *сын* Сергей – майор милиции. *Отец* Николай Александрович участник Великой отечественной войны, награжден Орденом Боевого Красного Знамени и многими медалями. После победы работал в родном селе трактористом. *Мама* Антонина Владимировна – рабочая совхоза [2].

В данном примере выстраивается образ идеальной семьи, который определяется уже сложившимися в сознании носителя языка установками и стереотипами. Например, благополучная семья, где муж и жена работают в одной области, дети являются продолжателями дела родителей, рабоче-крестьянское происхождение и т. п. Положительная оценка эксплицируется как при помощи «позитивной» лексики, так и при помощи слов-символов. Все это имеет целью подчеркнуть позитивные или негативные (в обратном случае) стороны кандидата, эмоционально окрасить те или иные представления, сделать основным фактором мотивации избирателей их бессознательные реакции на созданные текстом образы.

И откуда в нем столько злости, жадности, жестокости? Скорее всего, с детства. У него *деда-бандеровца* расстреляли, а *бабку сослали* в Сибирь. Мать его рассказывала <...> что у них все в родне были *патологически ревнивые и жадные*. *Бабка* на этой почве и *свихнулась*, а *мать* потом *спилась*... Да у него и *друзей-то никогда не было!* ... Плохо было, что детей без отца оставляю. *Хотя, какой он отец?* [1, с. 6].

В языковом сознании, безусловно, существует стереотип «наследования» (ср.: *человек из хорошей семьи, плохая наследственность* и т. д.). Вышеприведенный контекст формирует отрицательное отношение к политику при помощи

использования данного стереотипа, причем обращает на себя внимание его абсолютизация (*деда-бандеровца расстреляли, все патологически ревнивые и жадные, бабушка свихнулась, мать спилась*). Еще один момент, характеризующий кандидата с отрицательной стороны, – отсутствие друзей (*и друзей-то никогда не было*). «Русскому языковому сознанию присуща своеобразная человеко-другоцентричность. Русский нуждается в другом, в человеке-друге и готов воспринимать этого другого как хорошего, близкого себе» [7, с. 105]. И отсюда следует, что «не иметь друзей – значит быть лишенным чего-то жизненно необходимого для полноценного развития человека» [3, с. 236]. Подобный прием используется и в следующем высказывании:

Поэтому своему другу Маевскому Кравец завидовал белой (простите, конечно же, красной) завистью... Но, несмотря на эту красную зависть, были Александр Алексеевич и Леонид Станиславович еще недавно *друзьями, да такими, что ни водой, ни водкой, ни даже красным французским вином не разольешь...* И решил Леонид Станиславович с Александром Алексеевичем деньгами поделиться. Так поступают *настоящие друзья*. Не зря говорят в народе: *не имей сто друзей, а имей одного со ста тысячами баксов...* и все бы хорошо, но пошла меж *неразлучными друзьями* трещина [6, с. 4].

Языковая игра с паремией (*завидовал красной завистью, ни водой, ни водкой, ни вином не разольешь, не имей сто рублей, а имей одного со ста тысячами баксов*) выступает в качестве средства негативной оценки кандидата как друга, и, как следствие, ставит под сомнения его общечеловеческие качества.

Как видно из приведенных примеров, термины родства и дружбы могут служить также средством подрыва авторитета политика.

Таким образом, при использовании стереотипов, связанных с представлениями о родстве и дружбе, на первый план выходит прагматический аспект употребления слов, входящих в эти группы. Если политик характеризуется с положительной стороны, то его образ как бы встраивается в идеал. При негативной оценке политика происходит своеобразное «отстраивание». Тот же стереотип,

только с противоположным знаком. «Плохая наследственность» (*деда-бандеровца расстреляли, бабушка с ума сошла, мать стилась*), непонимание в семье (*...просыпался, как говорила его бабушка, «гонор пановий» – он начинал издеваться над всеми* и т. п.).

Важно отметить, что модель, по которой выстраивается образ политика в политическом дискурсе, типизированная, стандартизованная, разнится, по сути, наблюдается только в оценке, в знаке, которым определяется портретный образ того или иного кандидата (положительный/отрицательный). Как уже упоминалось, в языковом сознании говорящего существует довольно устойчивый стереотип представления о родстве и дружбе, благодаря чему это часто становится предметом манипуляций в предвыборных кампаниях. За счет актуализации таких социальных стереотипов образ кандидата может быть приближен к потенциальному электорату либо отдален от него.

Например, своеобразный человек из народа, такой же, как все, свой:

Я обращаюсь к тебе как *твой дед*, ведь у меня уже растут внуки. Обращаюсь к тебе как *муж*, у меня есть жена, русская Женщина. Обращаюсь к тебе как *сын*, моя мать – простая русская женщина, да будет земля ей пухом. Обращаюсь к тебе как *дядя*, у которого много племянников. Обращаюсь к тебе как *брат*, у которого есть братья, старше меня и младше [4, с. 2].

В данном примере кандидат предстает как человек, полноценно вписанный в систему родственных отношений (он – дед, отец, муж, сын, дядя, брат и т. д.). Подобная «полноценность» не только характеризует образ политика с положительной стороны (сохранение родственных отношений, поддержание семейных традиций), но и дает возможность обращаться к максимально широкому кругу потенциальных избирателей.

С другой стороны, по той же самой схеме происходит «отстройка» образа политика от «нормального» представления о родственных и дружеских отношениях. Здесь можно привести вышеупомянутый пример:

У него деда-бандеровца расстреляли, а бабушку сослали в Сибирь. Бабушка на этой почве и свихнулась, а мать потом спилась... Да у него и друзей-то никогда не было! ...Плохо было, что детей без отца оставляю. Хотя, какой он отец?

Интересно отметить, что «отстраивание» кандидата от положительной модели происходит точно так же, как и «встраивание» в нее: он тоже внук, сын, отец, муж и т.д. Но «неполноценность» кандидата переходит «по наследству» от «неполноценных» родственников (*дед-бандеровец, бабушка свихнулась, мать спилась*). Неполноценность старшего поколения семьи, родственников как бы накладывает отпечаток, навешивает своеобразный ярлык на образ кандидата (*...детей без отца оставляю. Хотя, какой он отец?*).

Безусловно, в сознании (в том числе языковом) каждого человека существует модель идеальной семьи. Эти модели имеют определенные индивидуальные отличия, но в целом они достаточно схожи, что позволяет говорить об их стереотипизации. Родство и дружба, как главные ценностные системы межличностных отношений, определяют социальный облик человека, его человеческие качества. С этой точки зрения человек оценивается окружающими как элемент либо стереотипной системы, со знаком плюс, либо антистереотипной, со знаком минус.

В данном случае возникает прототипический эффект, который может быть отнесен к «классической категории»: если *A* имеет все признаки пучка свойств, характеризующего классическую категорию *B*, то *A* является лучшим примером *B* [2, с. 375]. Если *B* – идеал, образец, обладающий определенным набором признаков и качеств, то *A* – политик, в нашем случае, имеющий все эти признаки, качества и т. д., сам является лучшим образцом, идеалом. Данная схема относительно политического дискурса является полярной: если *B* не идеал, не образец имеет определенные качества, и *A* обладает всеми этими качествами, то *A* является антиидеалом, антиобразцом. В данном дискурсе не может использоваться градуальность шкалы оценки. *A* не может обладать только частью качеств или признаков, потому что в этом случае однозначная интерпретация становится невозможной.

В силу этого когнитивно-семантический потенциал традиционных номинативных знаков, связанных с родством и дружбой, в политическом дискурсе реализует ядерные, конвенциональные смыслы, что обусловлено целями данных текстов. Важно отметить, что представления о родстве и дружбе клишированы, лишены каких-либо индивидуальных черт и используются в качестве одного из основных инструментов создания портретного образа политика, причем как положительного, так и отрицательного.

Список литературы

1. «Волчьи ягоды» семейной жизни // Искра. – 2003. – №6. – С 5–6.
2. Агитационная листовка кандидата в депутаты Государственной Думы Харитонова А.Н.
3. Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков / А. Вежбицкая. – М.: Русские словари, 1996. – 416 с.
4. Жириновский В.В. Иван, запахни душу! Избранные места из романа-исследования о моем поколении / В.В. Жириновский. – М., 2003.
5. Лакофф Дж. Женщины, огонь и опасные вещи: Что категории языка говорят нам о мышлении / Дж. Лакофф. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 792 с.
6. Повесть о том, как поссорились Леонид Станиславович с Александром Алексеевичем // Искра. – 2003. – №6. – С.4–5.
7. Уфимцева Н.В. Языковое сознание как отображение этносоциокультурной реальности // Вопросы психолингвистики. – 2003. – №1. – С. 102–110.
8. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал. – М.: Гнозис, 2004. – 326 с.