

ТИПОЛОГИЯ ИМИДЖЕВЫХ РОЛЕЙ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Д. А. Щитова

THE TYPOLOGY OF IMAGE ROLES IN THE POLITICAL DISCOURSE

D. A. Shchitova

Данная статья посвящена типологизации имиджевых ролей политических деятелей на основе факторов формирования успешного вербального имиджа. В статье представлены примеры вербализации различных имиджевых ролей российских и американских политиков.

The article is devoted to the typology of politicians' image roles based on the factors of successful verbal image formation. The author shows the examples of different Russian and American politicians' image roles verbalization.

Ключевые слова: имидж, речевой имидж, имиджеопределяющие факторы, имиджевые роли, политический дискурс.

Keywords: image, speech image, image-defining factors, image roles, political discourse.

В настоящее время хорошо продуманный имидж – обязательное условие достижения успеха для делового человека, особенно политического деятеля. Следовательно, важной задачей, стоящей перед политиком, является моделирование имиджа и его элементов (имиджевых ролей).

Цель данной статьи – представить типологию имиджевых ролей политических деятелей на основе анализа факторов формирования успешного вербального имиджа на материале российского и зарубежного политических дискурсов.

В целом имидж воспринимается как стереотип человека. Это отражено в одном из определений имиджа политических деятелей: «эмоционально окрашенный психический образ-представление, имеющее характер *стереотипа*, наделяющий объект путем ассоциаций дополнительными ценностями (социальными, психологическими, эстетическими и т. д.), не обязательно имеющими основания в реальных свойствах самого объекта, но обладающими социальной значимостью для воспринимающих такой образ» [2, с. 85].

На таком понимании имиджа основано большинство политических имиджевых ролей, которые представляют собой воплощение некоего стереотипного представления, сложившегося в массовом сознании: «патриот», «борец за справедливость», «отличный семьянин», «мудрец», «провидец», «вождь», «сильная рука», «военный» и т. д. [1, с. 198 – 202].

Кроме того, в рамках исследования речевого имиджа определенную значимость имеет понятие языковой личности – «человек, существующий в языковом пространстве – в общении, в стереотипах поведения, зафиксированных в языке, в значениях языковых единиц и смыслах текстов» [3, с. 11].

В исследованиях, посвященных проблемам и вопросам языковой личности (носителя языкового сознания), выделяются различные типологии факторов, определяющих ее коммуникативное поведение: биологические, психологические, социальные; психологические, национально-культурные, социальные; объективные, субъективные; антропоцентрические, социоцентрические; экстралингвистические, интралингвистические и др. [4, с. 55 – 71].

На основе существующих разработок нами была создана типология факторов, участвующих в моделировании языковой личности политического деятеля, его вербального имиджа и имиджевых ролей.

Факторы, влияющие на успешность имиджа, представляют собой разного рода экстралингвистические ограничения, которые проявляются в лингвистических особенностях речи политика.

На основании того, от кого / чего исходят эти ограничения, выделим две группы факторов:

I) факторы, зависящие от особенностей самого политического деятеля;

II) факторы, формируемые под воздействием требований социума.

К I группе относятся **факторы, в соответствии с которыми политик должен ориентироваться на особенности своей личности.**

1. Личностные характеристики политика: морально-этические характеристики, менталитет, интеллект, мировоззрение, система ценностей, особенности характера, деловые качества, политические взгляды и т. д.

Вербальный имидж политика должен опираться на реальные черты, присущие ему, совпадать с его персональным восприятием окружающего мира. В противном случае, имидж будет конфликтовать с «внутренним Я» политика, требовать повышенного внимания со стороны обладателя имиджа и препятствовать достижению целей.

Кроме того, часто мировоззренческие особенности, менталитет и ценности проявляются на когнитивном уровне. Например, сравните следующие высказывания И. Хакамады, в которых политик позиционирует себя как целеустремленного и самодостаточного человека с особым происхождением:

<...> мою личность определила генетика: мой отец тоже был политиком, он был революционером, к тому же происходил из японского самурайского рода. С другой стороны, мою жизнь определило мое собственное стремление к свободе, стремление, несмотря ни на что, быть лидером, самостоятельно управлять своей жизнью [5].

Я – другая и ничего с этим поделать не могу. Во мне столько всего намешалось – и армянская кровь, и лезгинская, и русская, и японская... Такие люди, как я, с одной стороны, – космополиты, с другой – никуда не можем влиться. Мы в России – не русские, в Японии – не японцы, в Армении – не армяне. Это судьба [6].

Выделяемые экстралингвистические факторы реализуются в лингвистических особенностях речи политика, обеспечивают ему успешный имидж и берутся нами за основу классификации имиджевых ролей политика.

Так, **имиджевые роли**, детерминируемые **личностными особенностями** обладателя имиджа: «отличный семьянин», «мудрец», «патриот», «человек дела», «простой человек» и т. д.

«Для меня Петербург – это мои родители, моя мама, отец, это та среда, в которой я воспитывался. Улица, дом, где я жил, школа, в которую я ходил. Это всё – часть моей жизни, причем та, которой я дорожу» – вербализация имиджевой роли В. В. Путина **«простой человек»** [7].

2. Общие и частные цели и задачи, которые преследует политик. Эксплицитно или имплицитно выражая свои намерения, политические деятели обращаются к различным стратегиям и тактикам аргументации, к модальным словам, в большинстве случаев выражающим долженствование, и другим языковым средствам (*я хотел бы сказать, I did say also...*).

Рангин Дадфар Спанта: *Целью нашего визита является обмен мнениями по вопросам развития торгово-экономических связей, укрепления мира и стабильности в регионе, а также восстановления Афганистана* [8].

В. В. Путин: В этой связи *я хотел бы сказать*, что мы и впредь будем уделять необходимое внимание работе внутри страны и на международной арене, направленное на борьбу с террором, будем укреплять правоохранительные органы, будем укреплять нашу политическую систему [9].

Дж. Буш: *But I did say also that our troops must be trained and prepared to fight and win war and, therefore, make peace more possible* / рус. Но я также говорил, что наши войска должны быть натренированы и подготовлены к борьбе и победе в войне и, следовательно, сделать мир более возможным [10].

В сфере политики достижение целей и задач во многом определяется способностью личности устанавливать контакты с адресатом в разных ситуациях и по разным поводам. В обязанности политика входит решение частных задач: поздравления с праздниками, объявления о важных событиях, обращения и призывы и т. д., эффективность которых напрямую зависит от вербального имиджа говорящего. В частности, политик должен уметь выбирать подходящие речевые жанры для той или иной цели. Например, речевой жанр поздравления:

Д. А. Медведев: *Уважаемые граждане России, дорогие друзья*, через несколько мгновений наступит Новый год. <...> Новый год уже совсем рядом, пора открывать шампанское и загадывать желания. И в эту ночь *я желаю* здоровья и благополучия вам и вашим близким, *желаю*, чтобы в вашей жизни была любовь,

желаю, чтобы исполнились ваши мечты. Верьте в себя. А я верю в каждого из вас. И все у нас получится. *Счастья вам. С праздником. С новым, 2012 годом* [11].

Имиджевые роли, отражающие **цели и задачи** политика: «патриот», «вождь», «борец за справедливость».

«Моя задача заключалась в том, чтобы научить всех жить по закону, подчиняться закону вне зависимости от объема накопленного состояния» – роль В. Путина **«борец за справедливость»** [7].

3. Социально-физиологические особенности: гендерная принадлежность политика, его возраст, особенности речевого аппарата и голоса.

Каждому возрасту политического деятеля соответствует определенная манера общения, вербализация определенных жизненных и профессиональных установок. Например, лидер «Молодой Гвардии Единой России» Ю. Бойко часто использует лексические единицы с семантикой молодости и новизны: *«Обновление власти, приход молодежи во власть — это, конечно, не самоцель. Мы, молодые политики, уже заставили считаться с нами <...>, мы доказали необходимость и значимость молодежного фактора в политике. <...> от нас ждут новых решений, нового стиля в работе»* [12].

Что касается гендерной принадлежности политического деятеля, то, несмотря на попытки стереть границу между мужчинами и женщинами, политики-женщины подвержены повышенному вниманию и критике. В российской политике одной из таких женщин-политиков является И. Хакамада.

Ведущий: Если бы вы давали сегодня рекомендации Вашему конкуренту – *женщине*, которая хочет добиться успеха в политике, признались бы честно, что для этого ей нужно?

Ирина Хакамада: Если *она* конкурент, если *она* конкурент со мной в одном округе или *она* из противоположной партии, то никогда. Если же это вообще *женщины*, которые хотели бы повторить мою судьбу, то я протяну обязательно руку. Потому что *чем нас будет больше в мужской жизни*, тем, может быть, жизнь будет лучше [13].

Так, примеры **имиджевых ролей**, основанных на **социо-физиологических особенностях** политика – «молодой политик», «женщина-политик» и др.

Ко II группе факторов относятся **факторы, формируемые под воздействием требований социума**, под влиянием каких-либо социальных институтов.

1. Социальные факторы: статус, должность, обязанности политического деятеля, которые во многом определяют его цели и задачи, а также требуют соответствия определенным правилам и стандартам общения. Чем существенней воздействие перечисленных параметров (статус, должность), тем критичней оценивается речевое поведение политика. Это подтверждает фрагмент пресс-конференции В. В. Путина.

И. Максименко: Здравствуйте, Владимир Владимирович! Совсем недавно в одном из интервью Президент Польши господин Квасьневский сказал о том, что для Соединенных Штатов лучше Россия без Украины, чем Россия с Украиной. Как Вы можете про-

комментировать подобное заявление? И Ваше мнение по этому поводу.

В. В. Путин: У меня такое впечатление, что *это заявление не действующего президента, а человека, который устраивается на работу в связи с истечением срока своих полномочий скоро*, потому что я не думаю, что *это заявление можно считать корректным*. <...> для действующего главы государства – государства очень солидного, уважаемого в мире и нашего соседа – выступать с комментариями политики другой страны, мне кажется, *не очень уместно* [9].

Подобный пример критики вербального имиджа политика представлен в интервью Б. Обамы:

Bahman Kalbasi: If I could just begin with getting your reaction to the remarks Mr. Ahmadinejad made yesterday, faulting America for 9/11 / *рус. Хотелось бы начать с того, как вы отреагировали на вчерашнее замечание господина Ахмадинежада относительно трагедии, произошедшей в Америке 11 сентября?*

Barack Obama: Well, it was *offensive*. It was *hateful*. And particularly for him to make the statement here in Manhattan, where families lost their loved ones, people of all faiths, all ethnicities who see this as the seminal tragedy of this generation... for him to make a statement like that was *inexcusable* / *рус. Что ж, это оскорбительно. Я был в ярости. Ему говорить нечто подобное здесь в Манхэттене, где семьи потеряли дорогих людей, где люди всех вероисповеданий и разной этнической принадлежности воспринимают это как настоящую трагедию поколения... ему это непростительно* [14].

Имиджевые роли, определяемые социальными факторами (должность, статус, обязанности): «вождь», «сильная рука», «человек дела».

«Я очень благодарен людям за то, что они чувствуют, что я все эти 8 лет работал по-честному, как раб на галерах, каждый день» – роль В. В. Путина «человек дела» [7].

2. Целевая аудитория. Важным качеством политического деятеля является умение общаться с разными типами адресатов: коллегами, партнерами, публикой. Это самый подвижный фактор, определяющий успешность и степень эффективности вербального имиджа политика, из всех представленных. Общественные движения, взгляды, стереотипы и ожидания являются, с одной стороны, мощной движущей силой, с другой стороны, объективной оценкой деятельности политика. Пример обращения к женской части населения от лица губернатора и председателя Государственной думы Томской области В. М. Кресса и Б. Мальцева:

Дорогие жительницы Томской области! Поздравляем вас с международным женским днем! Этот праздник и наступающая весна вдохновляют мужчин на подвиги, красивые слова и романтические воспоминания. И мы как руководящие мужчины Томской области сегодня с теплотой вспоминаем женщин, с которыми связана наша жизнь и жизнь других мужчин. В ней женщины играют много ролей и все они – главные. Бабушка дарит мудрость и доброту, мать – жизнь, невеста – любовь, жена – детей, дочери – нежность, внучки – радость [15].

Имиджевые роли, направленные на целевую аудиторию: «слуга народа», «простой человек».

«Есть только одно мерило власти – доверие людей. Этим я очень дорожу» – роль В. В. Путина «слуга народа» [7].

«Хорошо известно, что за последний год количество голодающих людей в мире резко возросло – на 200 миллионов человек. Это уже миллиард человек в мире, которые испытывают проблемы с продовольствием, люди голодают. Я думаю, что эти, так же, как и ряд других проблем, крайне важных, чувствительных для миллионов людей на планете, и будут в центре нашего внимания» – роль В. В. Путина «слуга народа» [16].

3. Национальные и государственные особенности и традиции. Характерной чертой политического процесса в современной России является повышение значимости имиджа политических деятелей, в частности вербального, это объясняется высокой степенью персонализации политики в современной России [17]. Многие ученые относят Россию к странам лидерского типа. Так, у политических деятелей появилась почва для соперничества, требующего подтверждения уникальности, силы личности, создания привлекательного имиджа.

Национальные и государственные особенности и традиции реализуются в понятийной основе вербального имиджа политиков. Например, в российской политической коммуникации не принято затрагивать темы религии, семьи и другие вопросы личного характера, в отличие от американского политического дискурса, в котором отношение политика к семье, близким людям и его религиозные взгляды играют важную роль.

Дж. Буш: And it made me feel close to *my family*, and to *God*, and to *life*, and I was scared / *рус. Это заставило меня ощутить близость к своей семье, Богу и жизни, и я был напуган* [18].

Б. Обама: I am a *Christian*. So, I have a *deep faith*. I draw from the *Christian faith*. <...> I'm rooted in the *Christian tradition* / *рус. Я христианин. Итак, я очень верующий. Я вырос в христианской вере. Я укоренен в христианскую традицию* [19].

Имиджевые роли, отвечающие национальным и государственным особенностям и традициям: «монарх», «патриот». «Россия – это древняя страна, с древними, глубокими традициями и с очень мощным моральным фундаментом. И этот фундамент – это любовь к своей Родине, это патриотизм. Патриотизм в лучшем его понимании» – роль В. В. Путина «патриот» [7].

Выделенные факторы формирования успешного вербального имиджа политического деятеля и его имиджевые роли находятся в тесной связи друг с другом. Однако попытки склеить имидж из разрозненных осколков обречены. Более того, при изменении хотя бы одного из элементов должен измениться и весь имидж.

Разновидности имиджевых ролей и варианты их комбинирования неограниченны, поэтому, наряду с наиболее распространёнными ролями («патриот»), каждый политик пытается выстроить уникальный имидж, подчеркивая свои «сильные стороны», и на их

основе принимать ту или иную роль, которая впоследствии становится отличительной чертой, реализующейся в его поведении и речи.

Итак, моделирование имиджевых ролей на основе выделенных факторов – один из способов создания

успешного и уникального вербального имиджа политика, который базируется на «высвечивании» сильных сторон и незаурядности обладателя имиджа.

Литература

1. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: монография / О. С. Иссерс. – Омск: ОГУ, 1999. – 285 с.
2. Шашлов, М. Н. Политический имидж как актуальный предмет исследования / М. Н. Шашлов // Актуальные проблемы политологии: сборник научных работ студентов и аспирантов Российского университета дружбы народов / отв. ред. В. Д. Зотов. – М.: МАКС-Пресс, 2001.
3. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
4. Иванцова, Е. В. Лингвоперсонология: основы теории языковой личности: учеб. пособие. – Томск: ТГУ, 2010. – 160 с.
5. Хакамада, И. Интервью [Электронный ресурс] // ТОП Ульяновска. – 2011. – Режим доступа: <http://www.ultop.ru/interviews/105>
6. Мысли сильных личностей: интервью Ирины Хакамада программе "Деловая лихорадка" [Электронный ресурс] // Психология жизни. – 2003. – Режим доступа: http://www.psyllive.ru/articles/1306_misli-silnih-lichnostei-intervyu-irini-hakamada-programme-delovaya-lihoradka.aspx
7. Путин: "США уже понимают, что только сильная Россия отвечает их коренным интересам" [Электронный ресурс] / inoСМИ.ru. – 2007. – Режим доступа: <http://www.inosmi.ru/world/20071219/238522.html>
8. Кабул заинтересован в развитии афгано-узбекских отношений / Новое Узбекское Слово [Электронный ресурс] // Интернет об Узбекистане. – 2006. – Режим доступа: <http://bukharainfo.com/blog/?p=524>
9. Пресс-конференция В. В. Путина для российских и иностранных журналистов [Электронный ресурс] // Президент России: официальный сайт. – 2004. – Режим доступа: <http://archive.kremlin.ru/text/appears/-2004/12/81691.shtml>
10. Interview with president George W. Bush "Meet the press with Tim Russert" [Электронный ресурс] // Meet the Press. – 2004. – Режим доступа: <http://www.msnbc.msn.com/id/4179618/#.T2DAXnkzlkQ>
11. Новогоднее поздравление Медведева с 2012 годом // Партбилет. 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.partbilet.ru/publications/novogodnee_pozdravlenie_medvedeva_c_2012_godom_11266.html
12. Юрий Бойко: молодые политики готовы быть востребованными для самых серьезных дел [Электронный ресурс] // БОСС Бизнес (Организация, Стратегия, Системы). – 2008. – Режим доступа: <http://www.bossmag.ru/view.php?id=3533>
13. Ирина Хакамада, политик, общественный деятель: «Мы в России – не русские, в Японии – не японцы, в Армении – не армяне. Это судьба» [Электронный ресурс] // 34 vechera.ru. – 2011. – Режим доступа: <http://34vechera.ru/starspeak/352583.html>
14. Obama, B. Interview by BBC Persian [Электронный ресурс] // Voltairnet.org. – 2010. – Режим доступа: <http://www.voltairnet.org/article167072.html>
15. Поздравление губернатора Томской области В. Кресса и председателя Государственной Думы Томской области Б. Мальцева с Международным женским днем 8 Марта [Электронный ресурс] // Агентство развития Томской области. – 2012. – Режим доступа: <http://www.arto.ru/anonses-2253.html>
16. Эксклюзивное интервью Владимира Путина каналу RT [Электронный ресурс] // Око Планеты. Новости. Аналитика. Информация. – 2012. – Режим доступа: <http://oko-planet.su/first/136460-eksklyuzivnoe-intervyu-vladimira-putina-kanalu-rt.html>
17. Мякотина, О. В. Имидж политического лидера: тенденции становления и изменения: автореф. дис. ... канд. полит. наук / О. В. Мякотина. – Москва, 2008.
18. Bush, George, H. W. Interview [Электронный ресурс] // Academy of Achievement. – 1995. – Режим доступа: <http://www.achievement.org/autodoc/page/bus0int-1>
19. Barack Obama: The 2004 "God Factor" Interview Transcript [Электронный ресурс] // Audacity Of Hypocrisy. – 2004. – Режим доступа: <http://www.audacityofhypocrisy.com/2008/06/06/barack-obama-the-2004-god-factor-interview-transcript>

Информация об авторе:

Щитова Дарья Александровна – аспирантка филологического факультета ТГУ, ассистентка кафедры романо-германской филологии Томского государственного университета, 89138400606, dashoook@sibmail.com.

Schitova Daria Aleksandrovna – post-graduate student at the Faculty of Philology of Tomsk State University.