

УДК 32.019.51

РЕЧЕВОЙ КОМПОНЕНТ В ИМИДЖЕ КАНДИДАТА НА ВЫБОРАХ В РОССИИ

Халанская Л. Г.¹Басамак М. С.²

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, г. Симферополь, Российская Федерация.

¹*E-mail: larazbritskaya@gmail.com*

²*E-mail: mary.basamak94@mail.ru*

Имидж кандидата состоит из целого ряда звеньев. Обычно эти звенья зависят от уровня выборов, от аудитории, на которую они направлены, но чаще всего они складываются из таких компонентов как: внешность, речь, биография, программа кандидата и т. д.

Успешной карьере политического деятеля предшествует создание его положительного имиджа в роли кандидата на выборах разного уровня, который, в свою очередь, состоит из ряда необходимых компонентов, которые создаются, корректируются для того, чтобы в итоге «сыграть на кандидата» и достичь поставленных целей, некоторые из них представлены в данной статье.

Это телевизионные дебаты, публичные выступления, которые дают возможность избирателю воочию оценить кандидата и его возможности, а также в полной мере могут раскрыть его как личность, и с положительной, и с отрицательной стороны. Еще один из компонентов – предвыборная программа, создаваемая для того, дабы обозначить те волнующие избирателей моменты, которые кандидат обязуется реализовать или умело «сделать вид», что все пункты программы осуществляются. Но, как правило, широкие слои населения не знают программ даже самых известных политиков и выделяют лишь одно-два положения в лучшем случае.

Именно поэтому, при формировании имиджа кандидата следует учитывать наличие как внешних (программы, например), так и внутренних компонентов личности кандидата (привлекательность, например). Самое важное, чтобы эти компоненты гармонично сочетались и переплетались для создания успешного имиджа.

Ключевые слова: имидж кандидата, телевизионные дебаты, речь, предвыборная программа.

В последнее время вопрос формирования имиджа приобрел огромное значение. И это понятно, ведь та часть нас, которую мы демонстрируем и выставляем напоказ, оказывает большое влияние на большую часть нашего окружения. Поэтому правильный подход к формированию имиджа кандидата, является залогом успеха любого избирательного процесса. Именно поэтому объект исследования данной статьи заключается в процессе формирования имиджа кандидата на выборах с помощью конкретных компонентов.

Предметом исследования, в свою очередь, выступает имидж политического кандидата, формируемый в процессе выборов в РФ в 2010–2015 гг.

Перед проведением исследования обозначены задачи для их реализации:

1. Обозначить понятие «имидж политического кандидата»;
2. Выделить речевые компоненты в имидже кандидата на выборах в России;
3. Провести прикладной анализ предвыборных программ кандидатов в Президенты РФ в 2012 г, для более детального рассмотрения этого речевого компонента.

Базой для проведения исследования стали работы таких авторов как Гуревич П. С., Левчик Д. А., Горшкова Е. Г., Басков А. Д. и др.

Имидж политического кандидата представляет собой сложную, многокомпонентную и многоуровневую систему. Получив свое начало из оригинального понятия «имидж», распространившись на сферу политики и конкретизировавшись в ходе политического процесса имидж кандидата призван отвечать на запросы населения, соответствовать их ожидания и презентовать кандидата в наилучшем свете.

Имидж политического кандидата – это целенаправленно сформированный образ, целью которого выступает достижение победного результата, используя при этом множество стратегий и механизмов формирования имиджа, для привлечения, как можно большего количества электората.

Одним из важных факторов воздействия на избирателей, одной из той самых стратегий, является владение политиками ораторским искусством. То, что мы говорим и пишем, и как это делаем, во многом определяет успех в достижении поставленной цели, ибо конкретность, логичность, образность и убедительность речи являются обязательными условиями общения с избирателями.

От речевого поведения политика во многом зависит успех или провал на выборах. Речь – его «визитная карточка».

Специфика общественно-политической речи как одной из важных форм современной коммуникации представлена целым рядом структурирующих признаков. Политическая речь представляет собой процесс коммуникации и один из видов социального действия, как само политическое действие. Выступление перед большими группами людей имеет свои системные особенности и осуществляется по определенным правилам. [1].

Например, телевизионные дебаты – это неотъемлемый элемент общественного доверия и инструмент, который помогает кандидату в привлечении определенного количества кандидатов или наоборот может сыграть с кандидатом в «злую игру» и «обнулить» его рейтинги.

«Теледебаты в наилучшей степени раскрывают личностные особенности участников избирательного процесса. Они концентрируют внимание зрителей на имидже кандидатов, а не на сущности политических проблем. Поэтому такой способ персонификации в полной мере соответствует как запросам массовой аудитории, так и интересам политических группировок» [3, с. 65].

«Последние теледебаты с участием кандидатов в президенты РФ Владимира Жириновского и Михаила Прохорова были показаны 28 февраля вечером в эфире

канала «Россия 1». Словесный поединок кандидатов быстро принял скандальный характер, главным образом, благодаря традиционно красочной риторике главы ЛДПР, посылавшего оппонента то в могилу, то в Лондон. Прохоров не остался в долгу и обвинил Жириновского в “торговле голосами” избирателей. СМИ обратили внимание, прежде всего, на скандальную сторону поединка Жириновского с Прохоровым», отмечает Newsru.com [5].

Анонсируя эти дебаты в своем микроблоге, В. Соловьев отметил словесный поединок Владимира Вольфовича и Аллы Пугачевой, который был переполнен эмоциями, экспрессией и оскорблениями, в частности, в сторону оппонента Жириновского. Соловьев заявил, что столкновение В. Жириновского и А. Пугачевой станет классикой. Комментируя итоги дебатов, пользователи Интернета единогласно сошлись во мнении о том, что своими словами политик практически ставит крест на своей репутации. При этом журналист Олег Кашин высказал мнение в микроблоге: «Не важно, что Владимир Жириновский вычеркнул себя из круга приличных людей, ведь он никогда в нем не находился» [8].

Не менее важным речевым компонентом имиджа политического кандидата выступает его предвыборная программа, которая должна нести в себе явно или неявно выраженную идею. Программный текст, составленный из набора разнородных, гладких фраз, рассчитанных на то, что каждый в нем найдет что-то для себя, не вызывает обычно никакой реакции. Идею программы чаще всего отражает ее название. Если название не привлекает, не интригует, то программа, скорее всего, останется непрочитанной [7, с. 49].

Несмотря на то, что большая часть избирателей, чаще всего, не читает и не вникает в предвыборную программу, а видит ее только на стендах в избирательных участках, это неотъемлемая часть имиджа кандидата. Она должна быть запоминающейся, простой и доступной. Одним из главных аспектов программы должно быть что-то «свое»: пункты, которые выгодно отличаются от программ конкурентов.

Важно учитывать, что программа имеет, прежде всего, пропагандистское значение и поэтому должна быть простой, небольшой по объему и понятной большинству избирателей. Чем более лаконично, внятно, компетентно и убедительно будет изложена программа, тем позитивнее будет и образ кандидата в глазах избирателей.

Для того чтобы понять, удачно сложена предвыборная программа или нет, актуальны ли вопросы, освещенные в ней, сравним две предвыборные программы кандидатов в Президенты России на выборах 2012 года: Геннадия Зюганова, занявшего второе место и получившего 17,18 % голосов, а также Михаила Прохорова, оказавшегося на 3 месте с 7,98 % голосов. Именно эти два кандидата были выбраны потому, что вошли в тройку лидеров в борьбе за президентский пост, но уступили победителю.

1. Обращение:

Михаил Прохоров: «Я также обращаюсь к представителям власти: “Господа, времена изменились! Окончательно. Жить так, как вам нравится, вы больше не будете!” Сегодня вам придется отдать долг гражданам России и вместо

“подданных”, “масс”, “народонаселения”, “электората” увидеть, наконец, живых, настоящих людей. Пришла пора осознать и принять как данность, что залог успешного развития страны – не в количестве добытых баррелей нефти, тонн угля и кубометров леса, а в системе человеческих ценностей, которую разделяет большая часть общества; в качественном образовании, в возвышающей человеческий дух культуре, в лучшем в мире здравоохранении, в самостоятельных и свободных людях, которых охраняет закон» [6].

Обращение кандидата направлено к представителям власти, но темой этого обращения являются проблемы населения, возвышение граждан в ранг равных им людей, то есть уже в обращении интересы граждан учтены.

Геннадий Зюганов: «Соотечественники! К вам обращаюсь я в трудный для Родины час. За последние 20 лет Россия понесла огромные потери. Страна вымирает. Нет в ней уголка без погибших деревень. Нет города без загубленных предприятий. Уровень жизни большинства граждан падает. Научно-техническое отставание приобрело угрожающий характер. Упущены уникальные возможности. Нам предстоит начать ускоренное восхождение или оказаться на самом дне. Время требует немедленных перемен» [6].

Если в своей программе Прохоров обращается к властным структурам и возлагает на них ответственность и обязанность за будущее страны, то Зюганов лично обращается к гражданам и призывает их к ответственности за собственное будущее и перспективное развитие страны.

2. «Память о прошлом»

Михаил Прохоров – единственный кандидат в Президенты России, который «не забыл», что у его страны есть прошлое и который справедливо утверждает, что без прошлого – нет будущего. Столь же важно и утверждение, что «добиться благоденствия и процветания мы можем, только опираясь на свое прошлое, не замалчивая и не искажая его».

Михаил Прохоров кратко и внятно сформулировал задачи, которые необходимо решить для достижения поставленной цели: «осмысления, предания окончательной гласности и честной, адекватной оценке трагических событий, которые пережила наша страна в 20 веке».

Странно, что в программе Геннадия Зюганова об этом ни слова, казалось бы, человек старшего возраста и не акцентирует внимание на памяти о подвигах и не говорит о патриотичности нации. Единственное, что связано с теми временами в его программе, это создание нового Союза братских народов: «Я сделаю всё возможное для ускоренного сближения стран, входивших в состав СССР. Будет формироваться единое экономическое пространство России, Белоруссии, Украины и Казахстана. Мы обеспечим создание прочного Союзного государства Белоруссии и России» [6].

3. Сфера образования

Прохоров:

- «Поднять престиж профессии учителя и преподавателя; инвестиции в повышение профессионального уровня и качества жизни учителя рассматривать как основную составляющую реформирования отечественного образования;

- Отменить ЕГЭ и разработать совместно с учительским сообществом более приемлемую форму контрольного экзамена, позволяющую беспристрастно и объективно оценивать степень усвоения учениками школьной программы; проводить такой экзамен независимо от органов управления образованием субъекта в финансовом, организационном и кадровом отношении;
- Отменить ограничения по использованию школьной недвижимости во внеучебное время на коммерческой основе при условии их исключительно образовательной или спортивной направленности» [6].

Зюганов: «Молодежи мы гарантируем: полноценное бесплатное образование, работу по специальности, обеспечение их семей бесплатным жильем. За два года мы покончим с дефицитом мест в детских дошкольных учреждениях. Для многодетных семей начнёт действовать развитая система льгот. Значительно расширятся программы организации детского оздоровительного отдыха».

«Мы вернём народу величайшее завоевание Советской власти – всеобщее бесплатное образование. Государственные расходы на него вырастут с 4% до 8–10% от ВВП. Труд преподавателя и учителя станет достойно оплачиваться, а его престиж – укрепляться».

«Школьники будут обеспечены горячим питанием. Студенческие стипендии увеличатся, расширится число их получателей. Расходы на эти цели с 1 сентября 2012 года удвоятся, после чего размер стипендий станет индексироваться ежегодно» [6].

В данном случае, оба кандидата спешно акцентировали внимание на нынешней проблеме доступности и стоимости образования. Эту тему можно развивать, по поводу этих вопросов можно много обещать до тех пор, пока подобные обещания не выполняются. Когда говорится об образовании, медицине, семье кандидат примеряет на себя имидж «отца», который заботится о проблеме семейства, в роли семьи оказываются граждане, и всячески старается обеспечить самым лучшим.

Изучив программы вышеуказанных кандидатов, можно сделать вывод о том, что программа Михаила Прохорова построена лучше. Она лаконична, четка и проста. Несмотря на то, что для большей успешности программа должна состоять из небольшого количества пунктов, в случае с Михаилом Прохоровым настолько обширна и детализирована программа оказалась ничем не хуже программы оппонентов. Программа Зюганова показалась скупой, пессимистичной, читая ее, ну никак не представляешь себе «светлое будущее», быть может, это потому, что сам имидж Зюганова характеризуется как спокойный и умиротворенный.

Подводя итог всему вышесказанному, следует отметить, что такие речевые компоненты имиджа политического кандидата как: теледебаты, речь и предвыборная программа (которая, помимо того, что присутствуют на бумаге, еще и презентуется кандидатом в ходе публичных выступлений) в совокупности работают на положительный, как хотелось бы, его имидж. Чаще всего, программа сама по себе не интересна избирателю, для них это сухой текст, просто обещания, которые в очередной раз не выполняются, необходимо предоставить программу в качестве «громкой» и осуществимой задачи. Грамотно составленная программа состоит из

двух составляющих: идеал, к которому стоит стремиться, и конкретные шаги, которые способны приблизить к этому идеалу.

Теледебаты – неотъемлемый элемент общественного доверия и инструмент, который помогает кандидату в привлечении определенного количества кандидатов. Данный компонент помогает избирателям лучше изучить кандидатов в режиме онлайн и, возможно, отметить для себя все то, что было скрыто за идеально составленными предвыборными программами, постановочными фотографиями и отрепетированными выступлениями.

Предвыборная программа, в свою очередь, тоже является одним из важных компонентов при формировании имиджа кандидата. Желательно, чтобы избиратель был убежден, что кандидат принял эту программу в соответствии со своими политическими взглядами, что он выстрадал ее и сделает все, чтобы ее выполнить.

Работа с имиджем – это ответ на желания населения, поскольку его основные составляющие должны соответствовать потребностям и вызовам аудитории. Черты и качества личности лидера, которые он должен демонстрировать публике, должны быть однозначны, четко определены, ярко выражены и довольно постоянны.

В силу того, что имидж символизирует для людей важные политические проблемы, этот образ несет в себе, как правило, уникальный для конкретной аудитории набор общественных нужд, ценностей и желаний, который выражается посредством реализации вышеуказанных компонентов и ряда других, необходимых для создания имиджа элементов.

Список литературы

1. Басков А. Д. Овечья шкура. Из чего сделан имидж политика. URL: <http://newideology.ru/teoriya-i-praktika-pr/izbiratelnye-kampanii/ovechya-shkura/> (Дата обращения 15.10.2016 г.)
2. Гойхман О. Я. Реклама. Язык, речь, общение / О. Я. Гойхман, В. М. Лейчик. – М.: Инфра-М, 2008. – 288 с.
3. Горшкова Е. Г. Имидж лидера. Технология создания и продвижения. Тренинговая программа / Е. Г. Горшкова, О. В. Бухаркова. – СПб.: Речь, 2007. – 222 с.
4. Гуревич П. С. Приключения имиджа. Типология телевизионного образа и парадоксы его восприятия / П. С. Гуревич. – М.: Искусство, 1991. – 221 с.
5. Дебаты 2012: Жириновский и Прохоров обменялись «могильными» приветствиями. URL: <http://inosmi.ru/video/20120302/187299885.html> (Дата обращения 11.10.2015 г.)
6. Кандидаты в президенты 2012: предвыборные программы. URL: <http://www.lawinrussia.ru/node/72459> (Дата обращения 07.10.2016 г.)
7. Левчик Д. А. Основные элементы актуализации имиджа кандидата в депутаты в ходе подготовки и проведения избирательной кампании / Д. А. Левчик // Вестник МГУ. Серия 12. Политические науки. – 1995. – №2. – 161 с.
8. Четыре оскорбления и одни «похороны». Блогеры обсуждают теледуэль: Жириновский vs Пугачёва URL: http://www.chaskor.ru/article/chetyre_oskorbleniya_i_odni_pohorony_26985 (Дата обращения 14.10.2016 г.)

Halanskaya L. G. Basamak M. S. Speech Component in Image of the Candidate on Elections in Russia // Scientific Notes of V. I. Vernadsky Crimean Federal University. Philosophy. Political science. Culturology. – 2016. – Vol. 2 (68). – № 4. – P. 107–114

Image of the candidate consists of a number of links, Usually these links depend on the level of elections, on audience to which they are directed, but most often, they consist of such components as: appearance, speech, biography, program of the candidate, etc.

The successful career of the politician is preceded by creation of its positive image on behalf of the candidate on elections of different level which, in turn, consists of a number of necessary components which are created, adjusted in order that as a result "to play on the candidate" and to achieve effective objectives, some of them are provided in this article.

It is television debate, public statements which give the chance to the voter personally to estimate the candidate and his opportunities, and also can fully reveal him as the personality, both with positive, and from a negative side. Television debate allows voters to study better candidates and, perhaps, to see what has been hidden behind ideal election programs, to see a difference in image which is presented in the photo which was corrected a set of times and which, most likely, just production. A debate is the integral element of public trust and the tool which helps the candidate with attraction of a certain number of candidates or on the contrary can play with the candidate for "an evil game" and "nullify" his ratings.

Very often the candidate actively use populist statements in the speeches, it is connected with the fact that each of them tries "to cry out" to the people that expect from them. In speeches the most topical and burning questions for the population are taken up that thereby attracts electorate. What voter wouldn't like to hear that in his city, the area, the country everything will change for the better. That the candidate on whom voters stake will keep all the promises covered in programs and stated from stands. But, most often, in our country everything occurs absolutely on the contrary. Voters are disappointed in the candidates chosen by them, and on the following regular elections choose by contradiction.

One more of components - the election program that is created for this purpose to designate those, the moments concerning voters which the candidate undertakes to realize or skillfully "to pretend" that all points of the program will be performed. But, as a rule, a general population doesn't know programs even of the most famous politicians and allocates only one – two provisions at best.

It is important to consider that the program has, first of all, propaganda value and therefore shall be simple, small on amount and clear to most of voters. The more laconically, distinctly, competently the program will also be convincingly stated, the positive there will be also an image of the candidate in the opinion of voters.

Image is formed thanks to components on which the team of the candidate works. First of all it is personal and professional qualities of the candidate which are implemented on personal meetings, performances on television, radio, etc. It is a manner to put on, speak, behave on public, literacy, restraint, attentiveness, etc.

It is important to understand that forming of image of the political candidate shall take place not only during the election period, but also to continue to be enhanced and adjust further not to disappoint voters. Steady and positive image will allow the candidate to realize further more productively the activities after achievement of effective objectives, in particular victories on elections.

For this reason, when forming image of the candidate it is necessary to consider availability as external (programs, for example) and internal components of the identity of the candidate (appeal, for example). The most important that these components harmoniously were combined and intertwined for creation of successful image.

Keywords: image of the candidate, television debate, speech, election program, voters.

References

1. Baskov A. D. Ovech'ja shkura. Iz chego sdelan imidzh politika [Sheep Skin. What Image of the Politician]. URL: <http://newideology.ru/teoriya-i-praktika-pr/izbiratelnye-kampanii/ovechya-shkura/> (Accessed 15.10.2016).
2. Gojhman O. Ja. Reklama. Jazyk, rech', obshhenie [Advertizing. Language, Speech, Communication]. Moscow, Infra-M, 2008, 288 p.
3. Gorshkova E. G. Imidzh lidera. Tehnologija sozdaniya i prodvizheniya. Treningovaja programma [Imidzh leader. Technology of Creation and Promotion. Training Program]. SPb., Speech, 2007, 222 p.

4. Gurevich P. S. Prikljuchenija imidzha. Tipologija televizionnogo obraza i paradoksy ego vosprijatija [Image Adventures. Typology of a Television Image and Paradoxes of His Perception]. Moscow, Iskusstvo [Art], 1991, 221 p.
5. Debaty 2012: Zhirinovskij i Prohorov obmenjalis' «mogil'nymi» privetstvijami [Debate of 2012: Zhirinovskij and Prohorov Exchanged "Sepulchral" Greetings]. URL: <http://inosmi.ru/video/20120302/187299885.html> (Accessed 11.10.2015).
6. Kandidaty v prezidenty 2012: predvybornye programmy [Candidates for President of 2012: Election Programs]. URL: <http://www.lawinrussia.ru/node/72459> (Accessed 07.10.2016).
7. Levchik D. A. Osnovnye jelementy aktualizacii imidzha kandidata v deputaty v hode podgotovki i provedenija izbiratel'noj kampanii [Basic Elements of Updating of Image of the Candidate During Preparation and Holding the Election Campaign]. MSU Vestnik, Political Science, 1995. – no. 2. – 161 p.
8. Chetyre oskorbleniya i odni «pohorony». Blogery obsuzhdajut teleduel': Zhirinovskij vs Pugachjova [Four Insults and One "Funeral". Bloggers Discuss a Teleduel: Zhirinovskij vs Pugachyova]. URL: http://www.chaskor.ru/article/chetyre_oskorbleniya_i_odni_pohorony_26985 (Accessed 14.10.2016)