

УДК: 32. 019. 51

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ЯЗЫК КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ЛИДЕРА

Шавардова Е. Ю.

*Институт общественных и международных отношений Севастопольского государственного
университета, г. Севастополь, Российская Федерация*

E-mail: lenash_72@mail.ru

В статье анализируется значение политического языка в контексте имиджа политического лидера, как средство, способствующее образованию образа политика; рассматривается подлинность и многогранность имиджа политика, место и его роль в политической деятельности. Политический язык является не просто средством и эффективным инструментом политики, но и основным условием его существования, он является основным фактором структуризации властных отношений, который не только отражает политическую действительность, но и формирует ее с помощью информационного воздействия. Предложенное исследование позволяет глубже оценить значение политического языка как системы коммуникативных средств кодирования политической информации, провоцирования политических действий и управления ими. Исследование дает дополнительные возможности для достаточного и более глубокого понимания практического, прикладного и теоретико-политологического содержания политического языка, его функционирование в политической коммуникации в современных условиях. В статье рассмотрены основные факторы формирования имиджа политика, среди которых – реальная исключительность личности, наличие харизмы, особенности мотивации участия в политической деятельности и политическая позиция. Обсуждается тезис о том, что, пользуясь политическим языком для оценки происходящих событий, формулировки проектов, выдвижения конкретных программ, политик не просто достигает конкретных и желаемых целей, связанных с укреплением (повышением) своего имиджа, но и консолидирует энергию внушения идеологических предпосылок; строя конкретную политическую речь относительно того или иного социального явления. Носитель политического языка опирается на идеологию, соотносится с ней и проговаривает механизм этого процесса. Исследование вносит дополнительные возможности глубже и лучше понимать практически-прикладное и теоретико-политологическое содержание политического языка для формирования благоприятного имиджа политического лидера.

Ключевые слова: политический язык, имидж политика, коммуникация, политический имидж.

Введение

Взаимосвязь и взаимообусловленность языка и политики выражается в том, что язык как средство формирования, функционирования и передачи политической информации, является не просто средством и эффективным инструментом политики, но и основным условием его существования. Политический язык как совокупность языковых средств, предназначенных для отображения политической действительности и общения в сфере политики, является основным фактором

структуризации властных отношений, который не только отражает политическую действительность, но и формирует ее с помощью информационного воздействия.

Политический язык как система коммуникативных средств кодирования политической информации, провоцирования политических действий и управления ими, выступает, несомненно, в качестве важнейшего средства политической коммуникации. Это основной фактор политической коммуникации, ее движущая сила, которая обуславливает и определяет характер и связь с политикой и состоит в возможности согласования интересов определенной группы людей или, наоборот, выражения недовольства с действиями другой группы. Язык не является лишь нейтральным средством взаимопонимания и обмена информацией в политической коммуникации, тем более, в период предвыборных кампаний. Как считает А.П. Чудинов [1], язык отражает существующую политическую реальность, меняется вместе с ним и одновременно участвует в его создании и изменении. Также язык в политической коммуникации выступает как средство воздействия на когнитивную систему реципиента. Исходя из вышесказанного, язык должен быть достаточно доходчивым и понятным широкой общественности и одновременно функционально обусловленным необходимостью быть на уровне современного политического знания и потому усложненным по строению, форме, характеру составляющих частей, особенным по построению фраз, академичности стиля и т.п. Его отличие от обычного языка заключается в определенной «завуалированности», политические потребности часто вызывают эзопову манеру высказывания, рассчитанную на «чтение между строк». Любое политическое явление превращается в нечто доступное для обсуждения только в тех случаях, когда оно выражено в словах, поэтому базовые понятия политического языка, политические формулы и клише в значительной степени определяют способ восприятия политической действительности. В результате политический язык по своей сути направлен на достижение коммуникативного диалога политика с электоратом.

Политический язык – это основной фактор политической коммуникации, ее движущая сила, которая обуславливает и определяет ее характера ее связь с политикой состоит в возможности согласования интересов определенной группы людей или наоборот, высказывание недовольства с действиями другой группы. Политическая деятельность есть деятельность языковая. Главная же цель политического языка в политической коммуникации – борьба за политическую власть, осуществление определенных интересов и намерений на основе использования коммуникативной деятельности.

Проблемы политической коммуникации анализируются на различных теоретических уровнях: как социокультурный феномен (Василик М.А., Грачев Н.Н., Ван Дейк Т.А., Канецкая В.П., Назаров М.М., Чудинов А.П.); в связи с исследованием функционирования политического языка как дискурсивной практики в сфере политической коммуникации (Баранов А.Н., Бацевич Ф.С., Бессонова Л.Е., Воробьева А.И., Доценко Е.Л., Нагорная Л. П., Серажим К.С., Яворская М.); в контексте изучения политических языковых практик в публичной сфере общества (Бурдые П.).

К вопросам использования языка в политике привлекали внимание Блакар Г., Хомский Н., Болинджер Д., Серио П., Водак Р. и др. Рассмотрению языка в качестве объекта манипулирования посвящены работы Дядюшка Л.П., Кудрявцевой Л.А. и др., изучением языка политики советского и постсоветского периода занимались Алтунян А.Г., Китайгородская М.В., Шейгал Е.И., Иссерс О.С., Баранов А.Н. Значимыми являются работы по риторике и ораторскому искусству, которые обращали внимание на влияние языка на аудиторию (Хазагеров Г.Г., Бредемайер К.) Предметом изучения роли языка были также исследования Кара-Мурзы С., Зелинского С.А., Бахтина М., Бахема Г., Эдельмана М., Болинджера Д. и др. Они по-разному раскрывали идеологическую сущность языка, которая заключалась в том, что выразительные возможности языка обеспечивают высказыванию нужную значимость, а нацеленность языковых единиц на воздействие является обязательным условием их применения в любом виде коммуникации.

Существенный вклад в развитие культурно-политической проблематики внесли и современные исследователи, которые, освещая проблемы политических отношений, предоставляли языку исключительную роль в политической коммуникации.

В связи с этим исследование политического языка представляет большое языковедческое значение в рамках дескриптивного подхода, связанного с изучением речевого поведения политиков: языковых средств, риторических приемов и манипуляционных стратегий, используемых в целях убеждения. Прежде всего интерес представляют различные точки зрения на лингвистический статус политического языка.

В научной литературе часто термины политический язык, политическая коммуникация, политический дискурс используются практически как синонимы. Так, одни ученые считают, что термин «политический язык» является данностью, которая не требует комментариев [2], другие подвергают сомнениям само существование уникальности политического языка [3]. Язык необходим для того, чтобы убедить, дать необходимую информацию, пропагандировать идеи политических институтов. Основное назначение языка в конкретном политическом дискурсе – установить связь между властью и электоратом. Именно поэтому любой политический режим не может обойтись без коммуникации.

Политический язык играет важную роль в политическом дискурсе, который побуждает слушателей к определенным действиям, пробуждает в них намерение действовать в соответствии с установками. В процессе исторического развития язык рассматривается как «важнейший фактор для установления политического подавления, экономической и социальной дискриминации», «язык используется с целью информирования людей о политических проблемах и для убеждения в необходимости принять участие в действиях, связанных с данными проблемами» [4, с. 29].

Вопросы формирования профессионального имиджа, технологий самопрезентации, без чего невозможен успех в любой профессиональной сфере деятельности, необычайно актуальны в наше время. Политики достигают успеха в

воздействию на людей, используя такой сильнодействующий стимулятор формирования имиджа как язык.

Для политиков первостепенное значение имеет их имидж, ведь это важная составляющая их политического успеха. Имидж можно целенаправленно формировать, уточнять и даже производить ребрендинг, если это необходимо в политических целях. Политический имидж – это сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа образ политического лидера, когда стихийно, неосознанно или сознательно отслеживаются особенности восприятия политика, продумывается новая стратегия и тактика формирования благоприятного образа. А формирование и использование привлекательного имиджа политического лидера относятся к важнейшему фактору его политического успеха, к одному из условий привлечения электората на свою сторону. В этом и состоит актуальность данной темы исследования. Процесс применения политического языка с целью создания благоприятного имиджа политика на сегодня не исследован и недооценен, а ведь люди подвергаются этой атаке ежедневно и понимание процесса манипуляции важно и необходимо каждому члену общества, чтобы обезопасить себя и других от недобросовестных воздействий политтехнологов. Поэтому целью данной работы является исследование политического языка в связи с его применением в технологии создания положительного имиджа политика. Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи: определение политического языка с точки зрения применения его в манипуляционных целях, обоснование его «причастности» к созданию политического имиджа и раскрытию характерных отличительных черт имиджа политиков.

Формирование политического имиджа средствами языка – новая тема исследования. Известно, что имидж политика складывается из его внешности (рост, вес, тип, телосложение, обаяние, красота и т.д.), биографии, манеры поведения и общения, моральных и деловых качеств (честность, порядочность, профессионализм), политической принадлежности (партии) и т. д. Внешность – это важная составляющая имиджа, имеющая множество качеств: от обуви до походки, включая костюм, манеры, жесты, но вовсе не единственная. В формировании имиджа политика, его образа, бесспорно, большое значение имеет не только его внешность – красивые волосы и опрятная прическа, чистая кожа лица, здоровые зубы, но не последнюю роль в достижении положительного эффекта и успешного имиджа играют голос, дикция, произношение, тембр голоса, культура речи. Необходимо также учитывать не менее ценные внутренние составляющие имиджа как менталитет, интеллект, образ мыслей, профессионализм, ценности, интересы, хобби и т.д. Но и умение говорить для политика – это не менее важная и существенная составляющая его имиджа, поскольку без этого умения невозможен его профессиональный успех, а с ним надежды и ожидания людей из числа потенциального электората.

При систематизации имиджа в научной литературе встречаются различные критерии. В зависимости от того, для пробуждения каких эмоций он создается, выделяют положительный и отрицательный имиджи; по механизму формирования и распространения имидж разделяют на возникающий в массовом сознании стихийно и сформированный искусственно, целенаправленно внедряемый в массовое сознание

с помощью разного инструментария. Данные разделения переплетаются, образуя такие типы имиджа как: стихийный положительный, стихийный отрицательный, искусственный положительный, искусственный отрицательный. Общими основами для классификации имиджа политиков, являются такие понятия, как имидж открытый и имидж закрытый. К открытому относятся характеристики, которые приписываются определенным политикам, и их образ носит определенный оттенок в зависимости от поставленной цели. Соответственно, в закрытом имидже характеристики политика скрываются, чтобы потом в нужный момент использовать как главную; в условиях политической действительности эта секретность имеет социально-политические и психологические основания, связанные с ограниченным количеством кандидатов на властные посты.

Следует иметь в виду, что собственно имидж не дает полного представления о политике, а создает оптимальный образ в конкретной социально-политической ситуации. Основными функциями имиджа политика являются: а) завоевание доверия электората, повышение его активности; б) улучшение информированности избирателей в благоприятном для политика ракурсе; в) нейтрализация мероприятий, которые проводит оппонент. Имидж лидера состоит из его персональных характеристик, социальных, символических нагрузок, которые по-разному влияют на создание имиджа политика и неодинаково поддаются конструированию. К этому следует добавить, что на формирование имиджа политика влияет образ власти.

Дилемма становления и выработки положительного имиджа политика и его речи всегда были в определенной степени дискуссионными. Специалисты-практики и научные работники продолжают обсуждать вопрос: где все-таки должна быть граница между двумя дисциплинами – психологией языкознанием. Однако внимание многих ученых привлечено не к тому, какой особый набор инструментов имеет отношение к формированию положительного имиджа политика, а прежде всего – являются ли они эффективными для достижения той или иной цели. В кругу этой проблематики весьма важным является новый подход к изучению речевого этикета – как инструмента к выработке правил речевого поведения и становления положительного имиджа политика для успешного решения вопроса связей с общественностью и формирования у граждан доброжелательного отношения, доверия, сохранение приверженности, готовности сотрудничать.

Важно отметить, что для политика это прежде всего политические идеи. Политик без политических идей становится неярким, он ничего не отстаивает, никуда не зовет, ни за что не борется. Производить политические идеи для политика – это то, что и делает его политиком. А то, как он отстаивает свои идеи, – это так называемая процессуальная составляющая имиджа, которая включает эмоциональную выразительность, энергию, страстность, скорость реакций – все то, что относят к темпераменту. К этому необходимо отнести такие качества как артистичность, виртуозность, чувство юмора, лицедейство, актерство.

На современном этапе феномен политического имиджа наиболее глубоко изучается отечественными лингвистами в аспекте метафорического моделирования действительности в политической речи [5; 6], на должном уровне охарактеризованы составляющие языковой личности политика, его речевой портрет и средства создания

образа ратора в политическом дискурсе [7; 8], разработана структура и возможные методы их анализа [9], подвергнуты анализу лингвокогнитивная природа механизмов манипуляции, языковые средства и механизмы манипулятивного влияния в политическом дискурсе [10], описаны базовые концепты, семиотический простор политического дискурса, его мифы и мифологемы, жанры и системообразующие признаки [12], исследованы разнообразные аспекты теории и практики речевого влияния, роли речевых стратегий и тактик в манипулировании сознанием, их места в имидже политика.

В настоящее время различают четыре основных фактора формирования имиджа политика: 1) реальные особенности личности–внешние данные, привлекательность, возраст, манера одеваться, наличие или отсутствие харизмы, темперамент, способности, а также особенности мотивации участия в политической деятельности и политическая позиция; 2) способность создать способы и формы получения информации о деятельности и личности политика; здесь важно соотношение информации и ее непротиворечивость при поступлении по каналам межличностного взаимодействия, получения от PR-воздействий и от независимых СМИ, а также расхожих суждений, слухов, сплетен, анекдотов и т.п.; 3) использование политического языка для оценки происходящих событий, формулировки проектов, выдвижения конкретных программ, политик не просто достигает конкретных целей, связанных с укреплением (и подчас повышением) своего имиджа, своего властного статуса, но и консолидирует энергию внушения идеологических предпосылок, которые могут навязываться косвенно; строя конкретную политическую речь относительно того или иного социального явления, носитель политического языка опирается на идеологию, соотносится с ней, но совсем не обязательно проговаривает механизм этого процесса; 4) особенности электората в конкретной социальной ситуации развития общества; здесь важны особенности менталитета в целом, текущие социальные ожидания, преобладающие настроения, состояние социального самочувствия в обществе; важным является идеализированное представление о подходящем на определенную должность кандидате, соотношение с ним формируемого образа может как усилить, так и уменьшить привлекательность и повышать шансы на успех кандидата; хотя результаты выбора определяются не только качествами имиджа конкретного деятеля, но и его местом в общем пространстве политических имиджей.

Решение проблемы управления имиджем в политических коммуникациях должно опираться на ряд особенностей формирования политического имиджа в конкретных исторических условиях развития общества. В обобщенном виде эти особенности можно представить следующим образом:

- формирование политического имиджа связано со спецификой политики – с ситуацией «дефицита информации» о политике-человеке, который не дает возможности реально отличить «хорошего» политика от «плохого». Сведения, полученные через различные информационные каналы, очень часто противоречат друг другу и не поддаются проверке. Этот факт позволяет, благодаря новейшим коммуникационным технологиям и определенным способам подачи информации

формировать у людей заранее прогнозируемое мнение о любом событии или человеке.

- информация о политическом лидере или политическом движении, партии должна быть получена, воспринята и усвоена потенциальным сторонником и обществом. Здесь важно, чтобы масштабы распространения информации соответствовали масштабам целевой аудитории.

- в сфере политики широко распространены разные виды дезинформации, к которой прибегают потенциальные и реальные политики. Поэтому политикам очень важно владеть реальным положением вещей, чтобы не стать «жертвой» профессионально сформированного имиджа конкурента. От социально-психологической компетентности политика порой зависит многое не только в его судьбе, но и в судьбе данного региона.

- любые действия имиджмейкеров приводят к успеху только в случае отсутствия их явного участия в политических процессах. Имиджмейкер не имеет права выходить на передний план. Когда это происходит, то, как правило, увеличивается «фильтр недоверия» у избирателей, что зачастую приводит к негативным последствиям.

- сформировавшийся положительный и авторитетный имидж требует поддержки в текущей деятельности политика и политической организации. Имидж, обретая самостоятельное существование, начинает оказывать огромное влияние на поведение участников политических процессов.

- различные политические имиджи находятся в тесном взаимодействии между собой.

Учет перечисленных особенностей позволяет повысить эффективность управления политическим имиджем. При этом учет основных особенностей генезиса имиджа позволяет обеспечить целостность имиджа политического лидера, его конкурентоспособность, «доступность» и популярность среди населения.

Выводы

В результате анализа особенностей политического языка как средства формирования имиджа лидера, мы пришли к выводу о том, что политический язык имеет ярко выраженные специфические сущности и лингвокультурные особенности. С помощью политического языка политик создает о себе определенное представление, имидж, тот сформированный образ, который оценивается и вызывает положительное или отрицательное отношение, проявляемое в форме позитивного или негативного мнения о данной личности. Высокие профессиональные способности человека сами по себе не обеспечивают политическому лидеру того впечатления в обществе, которое он хотел бы произвести. Помимо профессиональных навыков необходимо формировать в себе также умение «держаться» себя в обществе, то есть целенаправленно создавать образ, востребованный социальными массами. В формировании положительного имиджа большое значение играет психологически грамотное построенное общение в процессе реализации программы. В политических институтах и в обществе в целом взаимодействие может осуществляться в прямой и опосредованной форме: 1) непосредственное общение людей друг с другом; 2) передача информации с

помощью средств коммуникации и письменных текстов. В любом коммуникационном акте можно выделить аудиторию, каналы передачи информации, сообщение, коммуникатора и непосредственное осуществление конкретных действий. Формирование имиджа политика, деятельности и отношений предполагает выработку стратегических задач, выбор технологий и техник, а также использование этого потенциала в PR.

В статье рассмотрены характерные отличительные черты имиджа политиков, определены те особенности языкового поведения политических лидеров, которые служат образованию языкового имиджа политиков. К этому следует добавить, что языковой имидж политика – это, в первую очередь, образ, своеобразная маска политика, создаваемая в сознании общества.

Список литературы

1. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: Монография / А.П. Чудинов. – Екатеринбург: ГОУ ВПО «Урал.гос.пед.ун-т», 2003. – 248 с.
2. Баранов А.Н. Парламентские дебаты: традиции и новации / А.Н. Баранов, Е.Г. Казакевич. – М.: Знание, 1991. – 64 с.
3. Паршин П. Б. Речевое воздействие: основные формы и разновидности // Рекламный текст: семиотика и лингвистика / Ю. К. Пирогова, А. Н. Баранов, П. Б. Паршин [и др.]. М., 2000.
4. Демьянков В.З. Политический дискурс как предмет политологической филологии / В.З. Демьянков. – М.: РАН ИНИОН, 2002. – 36с.
5. Будаев Э.В. Основные этапы развития и направления политической лингвистики / Э.В. Будаев, А.П. Чудинов. – Ставрополь: Изд-во ПГЛУ, 2007. – Выпуск 5. – 89 – 99с.
6. Матыгина Е.Б. Метафорические системы в американском внешнеполитическом дискурсе / Е.Б. Матыгина. – Екатеринбург: ГОУ ВПО «Урал.гос.пед.ун-т», 2009, - Вып.(2) 28. – 76 – 91с.
7. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, - 2002. – 477 с.
8. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие / И.А. Стернин. – Воронеж: Полиграф, 2001. – 252 с.
9. Романова Т.В. Коммуникативный имидж и речевой портрет современного политика / Т.В. Романова. – Екатеринбург: ГОУ ВПО «Урал.гос. пед.ун-т», - 2009. – Вып.(1) 27. 109 – 117с.
10. Михалева О.Л. Политический дискурс: специфика манипулятивного воздействия / О.Л. Михалева. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. - 256 с.
11. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс, 5-е изд. М.: Флинта - Наука, 2011. - 224 с.

Shavardova E. Yu. Political Language as a Means of Forming the Leader's Image //Scientific Notes of V. I. Vernadsky Crimean Federal University. Philosophy. Political science. Culturology. – 2020. – Vol. 6 (72). – № 1. – P. 138–146.

The article analyzes the meaning of political language in the context of the image of a political leader, as a means that contributes to the formation of the image of a politician; the authenticity and versatility of the image of a politician, its place and role in political activity are considered. Political language is not just a means and effective tool of politics, but also the main condition for its existence, it is the main factor in structuralization of power relations, which not only reflects political reality, but also forms it with the help of information influence. The proposed research allows us to assess the significance of political language as a system of communicative means of encoding political information, provoking political actions and managing them. The research provides additional opportunities for a sufficient and deeper understanding of the practical, applied and theoretical-political content of political language, its functioning in political communication in modern conditions. Political

image is an image of a political leader that has been formed in the mass consciousness and has the character of a stereotype, when spontaneously, unconsciously or consciously the peculiarities of perception of a politician are monitored, a new strategy and tactics of forming a favorable image are thought out. And the formation and use of an attractive image of a political leader is a major factor in his political success, one of the conditions for winning the electorate to his side. The research provides additional opportunities to better understand the practical, applied, and theoretical-political content of political language in order to form a favorable image of a political leader.

Keywords: political language, political image, communication, political image.

References

1. Chudinov A. p. Metaphorical mosaic in modern political communication [Metaphorical Mosaic in Modern Political Communication]. Yekaterinburg, GOU VPO "Ural.statePed.Un-t", 2003, 248 p.
2. Baranov A. N., Kazakevich E. G. Parliamentary debates: traditions and innovations [Parliamentary Debates Traditions and Innovations]. Moscow, Znanie, 1991, 64 p.
3. Parshin P. B., Pirogova Yu. K., Baranov A. N., Parshin P. B. Speech influence: basic forms and varieties [Speech Influence: Basic Forms and Varieties]. Moscow, 2000.
4. Demyankov V. Z. Political discourse as a subject of political science Philology [Political Discourse as a Subject of Political Science Philology]. Moscow, INION, 2002, 36 c.
5. Budaev E. V., Chudinov A. P. Main stages of development and directions of political linguistics [Main Stages of Development And Directions of Political Linguistics]. Stavropol, publishing house of Pyatigorsk state linguistic University, 2007, 89-99c.
6. Matykina E. B. Metaphorical system in American foreign policy discourse [Metaphorical System in American Foreign Policy Discourse]. Yekaterinburg, GOU VPO "Ural.statePED.Un-t", 2009, 76-91c.
7. Karasik V. I. Language circle: personality, concepts, discourse [Language Circle: Personality, Concepts, Discourse]. Volgograd, Peremena, 2002, 477 p.
8. Sternin I. A. Introduction to speech influence [Introduction to Speech Influence]. Voronezh, Poligraf, 2001, 252 p.
9. Romanova T. V. Communicative image and speech portrait of a modern politician [Communicative Image And Speech Portrait of a Modern Politician]. Yekaterinburg, GOU VPO, 2009, 109-117c.
10. Mikhaleva O. L. Political discourse: specifics of manipulative influence [Political Discourse: Specifics of Manipulative Influence]. Moscow, Book house "LIBROKOM", 2009, 256 p.
11. Issers O. S. Communicative strategies and tactics of Russian speech [Communicative Strategies And Tactics of Russian Speech]. Moscow, Flint-Nauka, 2011, 224p.