

Политический дискурс как пространство для самопрезентации

Статья посвящена описанию дистинктивных характеристик политического дискурса. Подчеркивается, что политический дискурс создает оптимальные условия для самопрезентации респондентов. Анализируются некоторые средства создания политиками необходимого образа.

Ключевые слова: институциональная коммуникация, политический дискурс, самопрезентация, имидж, манипуляция

Интенсивный характер процессов коммуникации в современном обществе требует от человека владения так называемыми «мягкими навыками», связанными, в том числе, с управлением впечатлением о себе, что обусловило пристальное внимание к аспектам самопрезентации субъекта в межличностном взаимодействии.

Ранее в отечественной лингвистике использовались термины «самоподача» и «самопредъявление» как синонимы. В современных исследованиях чаще встречается понятие «самопрезентация».

В данном исследовании самопрезентация рассматривается как эмоциональная «самоподача» респондента с целью демонстрации личных и профессиональных качеств, мнений, аттитюдов [5].

Учеными исследуются основные моменты, которые являются наиболее важными для самопрезентации [2]; [12]:

- демонстрация своей исключительности;
- создание «круга своих»;
- создание положительного образа с целью укрепления собственного имиджа;
- извлечение выгоды как материального, так и социального характера;
- желание понравится, увеличить степень уважительного отношения к своей деятельности;
- поддержание и преумножение своего влияния на аудиторию.

Самопрезентация рассматривается в рамках различных видов дискурсов: делового [3]; [4], масс-медиального [1]; [6]; [7], лично-ориентированного [8], художественного [17]. Однако чаще всего она становится объектом исследования в политическом дискурсе [14]; [15].

В широком смысле объектом анализа данного исследования является институциональный дискурс, в узком политический как его разновидность. Ин-

ституциональная коммуникация предполагает в качестве участников политиков, общественных деятелей и других представителей социальных институтов (это определяет ее отличие от бытового общения). Являясь социальным институтом, политическая активность включает в себя закрепленные традиции, правила, этикет, имеющие вербальную и невербальную экспликацию [14].

Ситуация общения лежит в основе понимания сущности политического дискурса. В. И. Карасик выделяет следующие дистинктивные характеристики политического дискурса [11]:

- для политического дискурса типично использование определенных фраз и клише; весь контент политического дискурса построен на «борьбе за власть», что обуславливает целевую направленность участников дискурса;

- коммуникативная ситуация, ее условия и интенции, стратегии и тактики, характерные для политического дискурса, создают своеобразную речевую организацию политического делового общения. Таким образом, в политических выступлениях, новостях, сообщениях получает вербальное воплощение политическая деятельность ее участников. В своей речи политики целенаправленно и сознательно используют такие свойства языка, как семантическая вариативность языковых знаков, переплетение коннотативных и прямых значений, прагматическая многозначность, синонимичность слов [13], а также влияние социальных, экономических, культурных процессов на многообразие денотативных и коннотативных значений слов, существование субъективного восприятия каких-либо фраз и выражений определенной аудиторией, оценочность семантики и др.;

- в политическом дискурсе важен не только контент. Наряду с когнитивными, манипулятивными функциями в нем осуществляется также фатическое общение, которое осуществляется за счет метатекстовых средств таких, как приветствия, прощания и т.п.;

- основная цель политического дискурса – модификация или стабилизация институтов власти. При этом сообщение сведений и данных может осуществляться как эксплицитно, так и имплицитно. В зависимости от способа передачи информации политик использует те или иные стратегии и тактики общения, а также языковой репертуар.

Со своей институциональной составляющей и прагматической направленностью политический дискурс тесно связан с самопрезентацией. Речь идет не о презентации реальной личности политика, а об образе, специально созданном и тщательно продуманном его профессиональной командой. Правильно подобранный имидж позволяет политику не только легко достичь власть, но и долго ее удерживать. Поэтому все выступления политика тщательно выверяются и репетируются.

По словам О. Н. Паршиной, имидж политика является частью его профессионального успеха, и чем точнее будет выстроен имидж, тем эффективней будет коммуникация с избирателями [15, с. 43].

Широко известны исследования Г. Г. Почепцова по имиджелогии. Указывая на такую важную характеристику имиджа, как конструируемость и символичность, ученый говорит, что человек живет как в символическом, так и в реальном мире, причем имидж является частью символического мира, а не реального. Поэтому избиратель сталкивается не с самим политиком, а с отражением его в СМИ. Имидж в концентрированной форме задает суть человека. Мы строим свои взаимоотношения с человеком, отталкиваясь от его имиджа [16, с. 15-16].

Создание положительного впечатления о политике актуализирует доверие аудитории к нему, способствует возникновению стойкой аттракции, что облегчает процесс манипулятивного воздействия на аудиторию [9]. Для достижения этих целей используется прием «солидаризации» политика со своим электоратом. Он старается создать ощущение схожести воззрений, стремлений, желаний. Таким образом, для аудитории политик становится гарантом того, что он будет отстаивать их интересы на всех уровнях власти: *«Wir konzentrieren uns alle auf ein modernes Deutschland, wirtschaftlich stark, sozial gerecht und Lebensgrundlagen schutzend. Dafür brauchen wir die Regierungsmacht»* (<https://www.spiegel.de/politik/deutschland/>).

Языковые средства экспликации данных интенций весьма разнообразны: использование инклюзивного местоимения «мы», разговорных форм речи, лозунгов и девизов для передачи своих взглядов, активное обращение к аудитории. Эмоционально-экспрессивные формы речи интерпретируются аудиторией как оценочное, личностное отношение автора к тем объектам, явлениям и событиям, о которых идет речь, и выполняют определенную ориентирующе-регулятивную функцию и повышают суггестивность речевого воздействия.

Эффективным приемом саморепрезентации в политическом дискурсе является использование ссылки на авторитетные источники информации. Как правило, лексические единицы, задействованные для этой цели, имеют неопределенный денотат, не позволяющий определить реально стоящих за ним лиц, тем не менее, создающий впечатление авторитетности и достоверности. Например: *«aus zuverlässiger Quelle, aus der Informationsquelle»*.

Таким образом, политический дискурс как вид институционального общения объективно выделяется на основании системы дистинктивных характеристик, важнейшим из которых является тематический определитель «борьба за власть». Для эффективной коммуникации с избирателями политиком часто используется стратегия самопрезентации.

Литература

1. Бутова А. В., Дубских А. И., Кисель О. В. Механизмы речевого воздействия в массмедиаальном дискурсе // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2019. № 6(139). С. 107-112.

2. Бутова А. В., Дубских А. И., Харитоновна С. В. Солидаризация как тактика самопрезентации публичной персоны в «звездном» интервью // Вопросы когнитивной лингвистики. 2017. № 1(50). С. 99–106.
3. Геймунова Н. К. Лингвистические особенности делового дискурса // Молодой ученый. 2016. № 2(106). С. 886–891.
4. Дацюк В. В. Формирование аргументативной компетенции в сфере англоязычного делового дискурса у студентов восточного факультета // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 12-1(66). С. 199–201.
5. Дубских А. И. Реализация коммуникативной стратегии самопрезентации личности в масс-медиаальном дискурсе (на материале «звездных» интервью): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Челябинск, 2014. 24 с.
6. Дубских А. И. Жанрово-прагматические особенности массово-информационного дискурса // Язык, литература, ментальность: разнообразие культурных практик: материалы II междунар. науч. конф. Курск: Изд. дом VIP, 2009. С. 36–40.
7. Дубских А. И. Диалогичность как способ организации текста на газетной полосе // Проблемы диалогизма словесного искусства: сб. материалов всерос. (с междунар. участием) науч.-практ. конф., посвящ. 450-летию добровольного вхождения Башкирии в состав России и Году русского языка. Стерлитамак: Стерлитамак. гос. пед. академия, 2007. С. 26–28.
8. Дубских А. И. Выражение оценки в личностном интервью // Проблемы истории, филологии, культуры. 2006. № 17. С. 82–87.
9. Дубских А. И. Основные подходы к определению роли адресанта и адресанта в речевой коммуникации // Актуальные проблемы теоретических и прикладных исследований: язык, культура, ментальность: материалы междунар. науч.-практ. конф. Магнитогорск: Магнитогорск. гос. техн. ун-т им. Г.И. Носова, 2014. С. 11–16.
11. Карасик В. И. Дискурсивное проявление личности // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. 2016. Т. 20. № 4. С. 56–77.
12. Кисель О. В., Дубских А. И., Бутова А. В. Мотивы самопрезентации личности в интернет-пространстве посредством никнейма // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 12. № 5. С. 222–225.
13. Кисель О. В., Заруцкая Ж. Н. Межъязыковая передача личного имени через призму коннотативного аспекта семантики онимов // Проблемы истории, филологии, культуры. 2015. № 3 (49). С. 393–399.
14. Маслова В. А. Политический дискурс: языковые игры или игры в слова? // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2008. Вып. 1(24). С. 43–48.
15. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: монография. Астрахань: Изд-во АГТУ, 2004. 196 с.
16. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. М.: Рефл-бук, 2002. 704 с.
17. Zalavina T. Y., Kisel O. V. «Blame» concept in phraseology: cognitive-semantic aspect (based on the french language) // International Journal of Environmental and Science Education. 2016. Vol. 11. № 17. P. 9693–9703.