

Е. В. Гуляева

Волгоград, Россия

E. V. Gulyaeva

Volgograd, Russia

**ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ТИПАЖ «ПОЛИТИК»
В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ДИСКУРСЕ**

**LINGO-CULTURAL TYPE
“RUSSIAN POLITICIAN”**

Аннотация. Описываются образные характеристики лингвокультурного типажа «российский политик», приводится паспорт данного типажа. Изучается роль коммуникативного поведения политика. Исследование основывается на опросе респондентов и анализе литературы, приводятся высказывания участников опроса.

Abstract. A description of a lingo-cultural type “Russian politician” is given in the article. The characteristics of the particular type are described. The role of the communicative behavior is studied in the article. The research is based on the questionnaire results and text analysis. The author gives quotations of the research participants.

Ключевые слова: лингвокультурный типаж; российский политик; модельная личность; Российская Федерация.

Key words: lingo-cultural type; Russian politician; model personality; the Russian Federation.

Сведения об авторе: Гуляева Евгения Вячеславовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры лингвистики и межкультурной коммуникации.

About the author: Gulyaeva Evgenia Vyacheslavovna, Candidate of Philology, Assistant Professor of the Chair of Linguistics and Intercultural Communication.

Место работы: Волгоградская академия государственной службы.

Place of employment: the Volgograd Academy for Public Administration.

Контактная информация: 400131, г. Волгоград, ул. Гагарина, 8, ФГОУ ВПО ВАГС.
e-mail: guevgenia@yandex.ru.

Лингвоперсоналогия как интегративная область гуманитарного знания базируется на достижениях лингвистики, литературоведения, психологии, социологии, культурологии. С позиций литературоведения выделяются художественные образы, воплощающие в себе индивидуально-специфические и коллективно-типические характеристики людей, при этом типическое трактуется как симптоматичное, характеризующее существенные черты поведения определенных человеческих групп в заданных обстоятельствах. Явлением более высокого порядка выступают лингвокультурные типажи — узнаваемые образы представителей определенной культуры, совокупность которых и составляет культуру того или иного общества. Лингвокультурный типаж — «это типизируемая личность, представитель определённой этносоциальной группы, узнаваемый по специфическим характеристикам вербального и невербального поведения и выводимой ценностной ориентации» [Карасик 2004: 105].

Важнейшие смысловые дистинкции понятия «лингвокультурный типаж» состоят в типизируемости определенной личности, значимости этой личности для культуры, наличии ценностной составляющей в концепте, фиксирующей такую личность, возможности как ее фактического, так и фикционального существования, возможности ее конкретизации в реальном индивидууме либо персонаже художественного произведения, возможности ее упрощенной и карикатурной репрезентации, возможности ее описания с помощью специальных приемов социолингвистического и лингвокультурологи-

ческого анализа [Дмитриева 2007]. Все вышеперечисленные дистинкции свойственны типу «политик», что свидетельствует о его принадлежности к лингвокультурным типажам.

Следует отметить, что понятие «лингвокультурный типаж» соотносится с другими, характеризующими человека сквозь призму его коммуникативного поведения. В качестве важнейших смежных понятий выделяют такие, как «языковая личность», «роль», «стереотип», «амплуа», «персонаж», «имидж» и «речевой портрет». Однако, поскольку лингвокультурный типаж представляет собой предельную абстракцию, его нельзя свести ни к одному из перечисленных явлений: с ними его объединяет один или несколько признаков.

Лингвокультурные типажи исследовались многими учеными (В. И. Карасик, В. В. Деревянская, А. Ю. Коровина, О. В. Лутовинова, И. А. Мурзинова). Выделяются исторические лингвокультурные типажи, фикциональные типажи, этноспецифические типажи. В число лингвокультурных типажей входят профессиональные типажи — обобщенные узнаваемые образы носителей данной лингвокультуры, являющихся представителями определенной профессиональной сферы деятельности, обладающей специфическими характеристиками в определенной лингвокультуре. В настоящей работе анализируется профессиональный лингвокультурный типаж «российский политик».

Слово «политик» происходит от слова «полис» (от древнегреческого *πόλις* — ‘городская община с прилегающими владениями’; не путать с французским *police* от итальянского

Исследование выполнено при финансовой поддержке Министерства образования и науки РФ в рамках федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России на 2009—2013 гг.», государственный контракт № 14.740.11.0990.

© Гуляева Е. В., 2011

polizza — 'расписка, квитанция'). Таким образом, «политик» — это «горожанин» и «гражданин» демократического сообщества [Политик, политический деятель]. В русском языке у слова «политик» развивается производное значение с явно положительной коннотацией — человек, который «умело и тонко действует в отношениях с другими людьми» [Красных 2011]. Интересно отметить, что в немецком слово *der Politiker* нейтрально — так говорится «о человеке, занимающем политический пост, должность», причем у лексемы нет производных значений. Примечательно, что в русском и немецком языках есть специальная номинация политика с неодобрительной оценкой — «политикан», «*der Politikaster*» (семантика включает такие компоненты, как «поиск личной или партийной выгоды», «интриганство», «беспринципное приспособленчество»).

Образ политика складывается прежде всего из публичных выступлений. За ними следят, их обсуждают, критикуют или восхищаются ими. Публичное выступление — важная часть работы политика. В арсенале умелого политика слово — мощное оружие, эффективное средство для достижения цели. Выступление любого политического деятеля не просто грамотно построенная и правильно произнесенная речь. При построении выступления успешный политик должен уметь использовать арсенал средств, изучаемых в таких науках, как лингвистика, риторика и психология. Знание основ этих дисциплин позволяет создать яркий интересный текст, правильно подготовиться к выступлению и произвести желаемый эффект на слушателей.

Безусловно, публичная политическая речь является не только официальным выступлением политика, но и его «языковым лицом», влияющим на формирование имиджа. Выступление на публике — это хороший способ не только заявить о себе и выразить свои взгляды, но и сделать грамотную и яркую речь своей «визитной карточкой», своеобразным «фирменным знаком». Не последнюю, а часто и одну из самых важных ролей здесь играет правильный выбор и грамотное использование определенных стилистических языковых средств, в том числе и лексических единиц речи.

В ходе исследования мы поставили эксперимент — провели анкетирование респондентов — носителей русского языка с целью выявления понятийных, образных и ценностных доминант указанного типажа. В опросе приняло участие около 100 информантов в возрасте от 18 до 72 лет, имеющих законченное высшее или среднее образование. При выделении образных характеристик использовался перечень наиболее важных характеристик образно-перцептивной стороны типажа, предложенный О. А. Дмитриевой и составляющий, по ее терминологии, паспорт лингвокультурного типажа [Дмитриева 2007: 41—42]. В образную составляющую исследуемого концепта входят сле-

дующие компоненты: 1) внешний облик, возраст; 2) гендерная принадлежность; 3) происхождение; 4) место жительства; 5) сфера деятельности; 6) сфера досуга; 7) семейное положение; 8) окружение; 9) коммуникативное поведение. Опрос респондентов, по-разному описывавших, раскрывавших сущность политика, показал, что в основе представления об этом типаже лежат следующие образные характеристики.

1. Внешний облик. Респонденты пишут, что типичный российский политик — это «солидный мужчина в дорогом костюме», опрятный, со славянской внешностью, полноватый, в костюме темно-синего или темно-серого цвета, обязательно с галстуком. Большое значение для оценки личности, ее статуса, материальной обеспеченности, образовательного уровня и т. д. имеет одежда. Одежда передает информацию об индивидууме. В западном мире темно-синий или черный костюм воспринимается как символ власти и является неотъемлемой частью гардероба серьезного бизнесмена. В России политика тоже чаще всего видят в темном костюме. Типичный российский политик носит дорогие часы и всегда пунктуален. Важно подчеркнуть следующее: хотя Россия многонациональное государство, политика ассоциируют с человеком славянской внешности.

2. Возраст. Небольшой процент респондентов отметил, что политику около 35 лет, но более 90 % опрошенных сошлись во мнении, что средний возраст типичного политика — это 40-50 лет.

3. Пол. Мужской. Женщины упоминается очень редко, один из опрошенных указал, что женщина-политик занимается международными вопросами. 8 % респондентов отметили, что женщина-политик — это министр здравоохранения или образования. Это неудивительно, так как сферы здоровья и образования считаются типичными занятиями женщин.

Женщинам очень сложно пробиваться вперед, когда весь политический мир считается типично мужским. В политике приветствуется агрессивность и категоричность в противовес вовлеченности и сотрудничеству (типично женский стиль поведения). Политика ассоциируется с типично мужскими занятиями: битва или спортивный матч. Во время политических дебатов ведущий может сравнивать какие-то события с войной, хоккеем или боксом, не ориентируя свою речь на женщин-политиков. Устоявшееся мужское восприятие политики заставляет избирателей считать, что женщины некомпетентны в данной сфере.

4. Социальное происхождение и образование. 80 % респондентов указали юридическое образование как самое распространенное в среде политиков. Интересно отметить, что на западе у политиков тоже преобладает юридическое образование. Вспоминаются слова А. Токвиля, автора книги «О демократии в Америке», говорившего, что если бы его спросили, кто в Америке составляет аристократию, он без

колебаний ответил бы: она состоит не из богатых, а из тех, кто занимает юридические должности [Токвиль 2000]. Значительно реже опрошенные нами люди указывали техническое и экономическое образование. По мнению респондентов, типичный политик — выходец из интеллигентной семьи среднего класса «откуда-нибудь с Урала или из Санкт-Петербурга».

5. Место жительства и стиль жизни. Политик живет в пригороде большого города. Его жилище обязательно дом с бассейном и огромной территорией. Площадь территории связана с такими понятиями, как социальное положение и статусность. Размер жилья демонстрирует статус его обитателей. Несколько раз упоминается квартира в центре города, но чаще всего лишь как добавление к загородному коттеджу.

6. Семейное положение. Жена и двое детей. Это — необходимая составляющая имиджа политика. Однако чаще всего у него нет времени, которое можно провести с семьей: он много работает. Несколько респондентов упомянули, что у типичного российского политика есть вторая семья или любовница.

7. Хобби. Хобби типичного политика — лыжи, теннис и другие виды спорта. Это тоже необходимо для имиджа: политик должен производить впечатление здорового и спортивного человека.

8. Коммуникативное поведение. Безусловно, успешный российский политик прекрасно контролирует свое коммуникативное поведение. Он отличный оратор, обладает грамотной речью, активно участвует в дискуссиях. Более 90 % респондентов сошлись во мнении, что политик не сам пишет себе речи, этим занимается его спичрайтер. Особенностью публичного выступления политика является тот факт, что данный тип речи «работает» на создание определенного имиджа. Речевой имидж — это не данная природой внешность, которую невозможно или по крайней мере очень трудно изменить. Основные параметры и манера устной речи устойчивы (имеются в виду тембр голоса, дикция, артикуляция, темп произношения, наиболее употребляемые слова, т. е. фонетические и лексические особенности). Поэтому речь человека часто сравнивают с его почерком — она индивидуальна и неповторима. Одна из целей работы политического лидера — сделать свою речь достаточно узнаваемой. Этого можно добиться путем систематического и правильного использования в своих публичных выступлениях определенного набора языковых средств, в том числе и лексических.

Политик использует язык, чтобы строить свой образ, который публика могла бы уважать, которому могла бы подчиняться. Еще Н. Макиавели различал те качества, которыми лидер должен обладать в глазах своих последователей: «Государю нет необходимости обладать всеми названными добродетелями, но есть прямая необходимость выглядеть обладающими ими» [Макиавелли 1990: 52]. Так, Дж. Гал-

лап, анализируя кривые президентской популярности, писал: «Люди имеют тенденцию судить человека по его целям, по тому, что он пытается сделать, и не обязательно по тому, чего он достигает или насколько он успешен» [Edelman 1985: 78].

Действия политика-лидера должны быть решительны и поражать воображение. Вспомним, что именно решительность и категоричность действий Б. Н. Ельцина во время путча 19 августа сделали его лидером в глазах миллионов. Кстати, необходимо заметить, что участие в великих исторических событиях всегда способствовало росту популярности, ведь именно тогда, когда стране и народу грозит опасность, появляется возможность совершить решительные действия. Политик, которому это удастся, автоматически становится героем и выдающимся деятелем своего времени.

Существует еще один способ демонстрации своей решительности: грандиозные планы и проекты, которые либо воплощаются в жизнь, либо нет. В любом случае эти проекты не имеют почти никакой практической значимости, являются чисто пропагандистским приемом. Публика верит обещаниям не потому, что это правда, а потому, что она хочет в них поверить. Так, например, одна из причин популярности В. В. Жириновского — умение поразить воображение слушателей невероятными обещаниями, которые якобы могут быть выполнены в рекордно короткие сроки.

Успешность личности является одной из самых важных предпосылок ее влияния на других. Людям свойственно подражать тому, кто добился успеха. Г. Лебон предположил, что успех лежит в основе «личностного обаяния». Способность добиваться успеха воспринимается как самоценное качество человека, не связанное с видом его деятельности [Лебон 1996]. Чтобы добиться максимального успеха, политику полезно воспользоваться одной из главных заповедей маркетинга: «Конкурентоспособный товар должен быть таким же, как все, но чуть-чуть лучше».

Важно отметить, что в ответах респондентов часто встречались лексемы «воля» и «долг», смыкающиеся с базовым концептом политического дискурса «власть» («Он должен быть хорошо образован, так как он представляет свою страну»; «На публике его долг — быть уверенным в том, что он говорит»; «Хороший политик должен уметь повести за собой массы»; «Он хочет добиться высшего поста в правительстве и стремится к этому»; «Политик — хороший психолог, он должен понимать, что хочет народ»). Власть — способность и возможность оказывать определяющее воздействие на деятельность, поведение людей с помощью каких-либо средств — воли, авторитета, права, насилия». По определению Е. И. Шейгал, основной функцией политического дискурса является его использование в качестве инструмента политической власти (борьба за

власть, овладение властью, ее сохранение, осуществление, стабилизация или перераспределение) [Шейгал 2000].

В культурологии и социологии выделяется модельная личность — человек, который является образцом для подражания и тем самым оказывает влияние на лингвокультуру. Понятие «лингвокультурный типаж» шире понятия «модельная личность». Однако следует отметить, что многие респонденты описывали политика как модельную личность. Видимо, с данной профессией у них ассоциируется множество положительных черт. Политик умен, интеллигентен, хорошо образован, удачлив. Однако нам встретились и отрицательные характеристики: политики лгут, слишком материалистичны, если им необходимо чего-нибудь добиться, они используют все пути достижения цели, в том числе нелегальные, им неважно, что происходит в их стране, их основная цель — обогатиться и обеспечить свою семью.

Примечательно, что многие респонденты, отвечая на вопросы, описывали президента Российской Федерации Д. А. Медведева или премьер-министра В. В. Путина. Опрашиваемые признавались, что представляют их типичными политиками.

Филологи и социологи исследовали и сравнивали речевой имидж нынешнего и предыдущего президентов Российской Федерации. Отмечалось, что речь Д. А. Медведева более эмоциональна, чем речь В. В. Путина, но менее «задириста». Медведев предпочитает более содержательную стилистику.

Сравнивали и внешний облик двух глав государства. Внешность В. В. Путина расценивается как интеллигентная, приятная, корректная и располагающая к себе. Многие отмечают чрезмерную мимику и неумение бывшего президента контролировать свои жесты. Сначала коммуникативное поведение настоящего и предыдущего президентов было схожим, что можно объяснить неизменностью команды спичрайтеров. Со временем, безусловно, происходят изменения. Считается, что полностью избавиться от подражания В. В. Путину Д. А. Медведеву так и не удалось, он произносит резкие короткие словосочетания оценочного характера (наподобие «политических уродцев»), явно заимствованные из путинской риторики. Они несколько выбиваются из общего потока, так же как и неопределенно-личные обороты, содержащие угрозу. В целом образ президента приобрел более четкие очертания, стало понятно, на какие слои населения он опирается и каким хочет выглядеть в глазах аудитории: прогрессивным, динамичным, эмоциональным и образованным.

Послание президента — главный программный документ российской власти. К нему всегда приковано пристальное внимание. Послание является своеобразной визитной карточкой главы государства, которая демонстри-

рует не только манеру публичных выступлений президента, но и создаваемый им в глазах граждан имидж. Общество, как известно, склонно не только слушать речь президента, но и наблюдать за тем, с какой интонацией он говорит, во что одет, какие примеры приводит в речи, уверенно ли говорит и т. п. Тщательно анализируют структуру выступления специалисты различных областей (политики, социологи, журналисты) как в России, так и в зарубежных странах, поэтому выступление президента должно быть настолько безукоризненно, чтобы не вызвать критику филологов за неграмотность или неправильное употребление слов, стилистов — за стиль поведения, и т. п.

Итак, типичный российский политик — это не только стратег, но и хороший оратор. Не только речь положительно влияет на популярность политика, но и внешний вид, внутренняя уверенность и хорошая дикция.

При анализе литературы и ответов респондентов отмечена тенденция давать поведению типичного российского политика не только положительную, но и отрицательную оценку: он рвется к власти любыми способами, он не честен, целью его работы не всегда является желание трудиться на благо народа. Наряду с этим выделяются положительные качества российского политика. Восхищает его способность нести пользу обществу, стремление изменить мир к лучшему посредством закона, хорошее образование и трудоспособность. Таким образом, образ российского политика характеризуется аксиологической амбивалентностью.

Роль технологий для построения образа в современной политике, несомненно, огромна, поскольку помощники и ассистенты определяют не только слова, которые политики озвучивают в текстах выступлений и на встречах с народом, но и имидж, проявляющийся в этих словах. А имидж политика, как известно, создает и имидж страны в целом.

ЛИТЕРАТУРА

- Дмитриева О. А. Лингвокультурные типажии России и Франции XIX в. : моног. — Волгоград: Перемена, 2007.
- Карасик В. И. Коммуникативный типаж: аспекты изучения // Аксиологическая лингвистика: аспекты изучения. — Волгоград, 2004.
- Карасик В. И., Дмитриева О. А. Лингвокультурный типаж: к определению понятия // Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типажии. Волгоград, 2005.
- Красных В. О Толковом словаре паронимов русского языка. — URL: <http://rus.1september.ru/article.php?ID=200600107> (дата обращения: 21.07. 2011).
- Лебон Г. Психология народов и масс. — СПб., 1996.
- Макиавелли Н. Государь. — М.: Планета, 1990.
- Политик, политический деятель // Wikipedia : The Free Encyclopedia. — URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%BA> (дата обращения: 11.07.2011).
- Токвиль А. де. Демократия в Америке : пер. с фр.; предисл. Дж. Л. Гарольда. — М.: Весь мир, 2000.
- Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : дис. ... д-ра филол. наук. — Волгоград, 2000.
- Edelman M. Symbolic Uses of Politics. — Un. Of Illinois Press, 1985.

Статью рекомендует к публикации д-р пед. наук, проф. И. С. Бессарабова