

А. А. Корнилова, О. М. Сальникова

Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова, г. Якутск, Россия

E-mail: annakornilova888@mail.ru

E-mail: salnicovao@mail.ru

Речевая культура как основа формирования имиджа кандидата в выборные органы власти (на примере С. В. Авксентьевой)

Аннотация. В статье рассматривается речевая культура кандидата как основа формирования имиджа политика. Авторами статьи исследуются три основных компонента речевой культуры, позволяющие усилить эффективность положительного воздействия на избирателей. Исследована речевая культура Сарданы Владимировны Авксентьевой и определена ее роль в формировании имиджа политика в целом. Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в современном мире формирование политического имиджа приобретает огромное значение. Это связано с тем, что во всем мире приход к власти практически на всех уровнях – от глав местного самоуправления до главы государства – происходит в результате выборов на основе всеобщего прямого и равного избирательного права при тайном голосовании. А успешная карьера кандидата проектируется в том числе посредством грамотно и эффективно созданного имиджа. Цель исследования – определить речевую культуру как основу формирования положительного имиджа. Задачи: определить понятия имидж и речевая культура; изучить и анализировать основные компоненты речевой культуры кандидата. В качестве методов исследования применены структурный анализ речевой культуры кандидата, описательный методы исследования. Речевая культура и грамотность речи играют существенную роль в формировании образа политического деятеля, при этом убедительно и аргументированно излагать свои политические взгляды является неотъемлемой частью успешной деятельности политика. Авторы приходят к выводу о значимой роли речевой культуры в формировании имиджа кандидата в выборные органы власти.

Ключевые слова: имидж, имидж политика, формирование имиджа, речевая культура, выборы, публичное выступление, дебаты, интервью, политическая деятельность, выборные органы власти.

A. A. Kornilova, O. M. Salnikova

M. K. Ammosov North-Eastern Federal University, Yakutsk, Russia

E-mail: annakornilova888@mail.ru

E-mail: salnicovao@mail.ru

Speech culture as the basis of the formation of a candidate's image for public office elections (on the example of S. V. Avksentyeva's campaign)

Abstract. This article deals with the speech culture of a candidate as the basis for the formation of a politician's image. The authors study and analyze the three main components of the speech culture, which allow to increase the effectiveness of the positive impact on the voters. The speech culture of Sardana Vladimirovna Avksentyeva is investigated and her role in the formation of the politician's image in general is determined. The relevance of the research topic is due to the fact that in the modern world the formation of the political image acquires great importance. It is connected with the fact that all over the world coming to power practically on all levels - from heads of local government to

heads of state - occurs as a result of elections on the basis of universal direct and equal suffrage by secret ballot. A successful career of a candidate is projected, among other things, through a competently and effectively created image. The purpose of the research is to define the speech culture as the basis for the formation of a positive image. Objectives - to define the concepts of image and speech culture; to study and analyze the main components of a candidate's speech culture. Structural analysis of candidate's speech culture, descriptive research methods were used as research methods. Speech culture and speech literacy play an essential role in shaping the image of a politician, and it is an integral part of a politician's successful activity to state his political views convincingly and argumentatively. The authors come to the conclusion about the significant role of speech culture in the formation of the image of a candidate for elected authorities.

Keywords: image, politician's image, image formation, speech culture, elections, public speaking, debate, interviews, political activity, elected authorities.

Введение

В настоящее время проблема построения имиджа привлекает внимание как зарубежных, так и российских исследователей, представляющих различные науки и научные школы. Потому что образ, который мы показываем и хотим показать, оказывает большое влияние на наше окружение. А успешная карьера достигается путем грамотно созданного положительного имиджа. Следовательно, формирование имиджа приобретает все более широкий резонанс в науке.

Цель исследования – определить речевую культуру как основу формирования положительного имиджа.

Имидж существует потому, что мы сами всегда реагируем на него положительно. Каждый человек стремится производить благоприятное впечатление и получать одобрение от окружающих. Существует много подходов к определению имиджа, однако в настоящее время нельзя с полной уверенностью говорить о наличии более или менее адекватного определения имиджа и целостной теоретической концепции его формирования. Прежде всего, нужно отметить отсутствие собственно теоретических, развернутых определений. И причиной этому может быть особенность самого понятия, т. е. его разнородный характер.

Обсуждение

Имидж – это специально сформированный образ, с целью создания определенного впечатления. «Имидж – фактор коммуникации. Имидж является посредником во взаимодействии между его носителем и воспринимающим лицом. Сознательное управление имиджем всегда рассчитано на реализацию некоторых целей отправителя имиджформирующей информации. Создатель имиджа пытается вызвать те реакции, в которых он заинтересован» [1].

В качестве продвигаемой позиции А. Н. Чумиков определяет имидж как образ: «имидж – это заявленный образ, или заявленная позиция, та, которую мы сформулировали и хотим продвигать в сознание целевых групп. Это тексты, аудио-послания, видеоролики, дизайнерские разработки и т. п. – все то, что еще предстоит донести до восприятия» [2].

В политике имидж определяет многое, и главным образом, победу на выборах, которая является одним из самых основных действий приобретения власти. Опираясь на имидж, мы можем взаимодействовать с данным человеком: избирать его в депутаты, президенты, отдавать ему свои голоса во время избирательной кампании. При создании имиджа кандидата учитываются интересы, ценности и мироощущения избирателей.

И. Б. Гассанов и М. А. Услюгов определяют имидж политика как «сформированный у избирателей образ, являющийся результатом восприятия реальных личностных качеств политика, его политической деятельности и намеренно приписываемых политику СМИ и политической рекламой качеств и свойств». У Н. С. Шкурко имидж регионального политического лидера – это результат сознательного и целенаправленного конструирования облика политика, чтобы мотивировать неискушенного избирателя отдать голос за конкретного кандидата [3].

Имидж должен вызывать доверие и отвечать всем ожиданиям и представлениям избирателей. Необходимо всегда понимать, что решающее значение имеет не «политика кандидата», а впечатление, создающееся о нем как о человеке, и при его создании основную роль играет речь кандидата. Поэтому лингвистический подход к формированию имиджа кандидата является залогом успеха любого избирательного процесса. Также мы должны учитывать то, что этот образ состоит из многих компонентов: как мы выглядим, что мы говорим и как действуем.

Таким образом, имидж политического деятеля состоит из ряда необходимых компонентов, которые создаются и корректируются для того, чтобы в итоге достичь поставленных целей, и некоторые из них представлены в данной статье. Это публичные выступления, интервью на разных платформах, телевизионные дебаты, которые дают возможность избирателю воочию оценить кандидата и его возможности, а также в полной мере могут раскрыть его как личность. Поэтому ключ к успеху – правильно и грамотно выстроенная концепция развития общественных связей.

Речевая культура – это совокупность знаний, умений и навыков устной и письменной речи, используемых для конкретной речевой ситуации. Ученые трактуют речь как деятельность человека, заключающуюся в общении с другими людьми, в выражении и передаче им мыслей посредством того или иного языка.

Принимая во внимание данные аспекты, Г. О. Винокуров утверждает: «Понятие культуры речи можно толковать в двояком смысле, в зависимости от того, будем ли мы иметь в виду только правильную речь или также речь, но искусную. Искусная речь предполагает умение говорить не только правильно, но в принципе и мастерски, как пишут и говорят мастера художественной речи» [4].

Также можно с уверенностью сказать, что на речевую культуру политического деятеля окружающие обращают самое пристальное внимание. «Нет единственно правильного способа сделать свое выступление эффективным. Мир знаний слишком велик для этого. Да и все ораторы и все слушатели очень разные. Любая попытка найти единственно правильную формулу обречена на провал. Слушатели мгновенно это поймут и почувствуют, что ими пытаются манипулировать» [5].

Определившись с пониманием понятий «имидж» и «речевая культура», перейдем к рассмотрению компонентов формирования имиджа кандидата и структурного анализа ее речевой культуры. В данной статье мы рассматриваем речевую культуру кандидата в депутаты от правоцентристской политической партии «Новые люди» в Государственную Думу Федерального собрания РФ VIII созыва С. В. Авксентьевой, чтобы определить

речевую культуру как основу в формировании ее эффективного имиджа. С целью выявить проблемы и разработать стратегию по развитию регионов Сардана Владимировна посетила более 10 городов России. В ходе предвыборной кампании были проведены множество встреч, публичных выступлений, интервью на разных платформах и участие на телевизионных дебатах с оппозиционерами. Мы исследовали 10 публичных выступлений, 6 интервью на разных платформах и 4 телевизионных дебатов с оппозиционерами (материалы исследования взяты из YouTube канала).

Публичное выступление является основным из важных факторов воздействия на избирателей. «Общение людей – это настоящее чудо света. Мы делаем это бессознательно и постоянно. И наиболее эффективная форма такого общения – публичное выступление» [5].

Надо заметить, что все публичные выступления Сарданы Владимировны выстроены очень гармонично и грамотно. В начале своих выступлений она умеет четко сконцентрировать внимание публики и наладить с ней контакт, используя в речи эмоционально-экспрессивную лексику, например, «и вот стою я перед вами, простая русская, якутская женщина – Сардана Авксентьева. Хожу без охраны, езжу в общественном транспорте, живу такой же жизнью как миллионы моих сограждан». Сардана Владимировна обладает умением привлекать и удерживать внимание аудитории, потому что она сосредотачивается именно на людях, обращается к ним, к одному за другим и наблюдает за их реакцией и переходит к следующему. Ее речь всегда простая, понятная, выразительная, конкретная, убедительная и аргументированная, и достигается это благодаря интонационно-выразительной окраске речи и неречевым (невербальным) средствам коммуникации: жестам, мимике, манере изложения и соблюдении регламента. У нее отлично получаются конкретизация и визуализация предмета (проблемы), а абстрактные рассуждения чередуются с конкретными фактами и примерами, поясняющими эти рассуждения (например, сравнение развития регионов России с телом динозавра). В конце выступлений она всегда резюмирует свою речь: делает основные выводы, положения и призывает к действию, так как то, что завершает речь, дольше всего остается в памяти. Другими словами, она – успешный оратор, мастерски владеющий ораторским искусством, ответственная и коммуникативно компетентная. В этом основном компоненте формирования имиджа представляется целесообразным выделить когнитивный компонент структуры речевой культуры, предполагающий наличие теоретических лингвистических знаний, практических речевых умений и риторических навыков, которые так необходимы для данной речевой деятельности.

От речевого поведения политического деятеля во многом зависит его успех или провал на выборах, потому что речь – это его «визитная карточка». Участие на телевизионных дебатах в наилучшей степени раскрывает личностные качества, политические взгляды и позиции кандидата, а также дает возможность эффективнее позиционировать свою предвыборную программу. Телевизионные дебаты для кандидатов являются одной из возможностей донести их послание до своих избирателей, а для самих же избирателей дебаты – это возможность сравнить и выделить кандидата и сделать информированный выбор. В качестве примера мы приводим дебаты, где Сардана Владимировна дает конкретные, аргументированные ответы и демонстрирует хорошую реакцию на выпады своих оппонентов. Итак, на непolitкорректные эмоциональные высказывания известного скандального политического деятеля Владимира Жириновского: «она была мэром Якутска, а ее выгнали – вот ее достижения!», она спокойно и убедительно ответила: «...тридцать лет мы слышим эти крики, что мешало изменить все это до сегодня, мне лично не понятно, поэтому это все голое обещание и это все просто эмоции». Ее речевая культура в данном компоненте формирования имиджа определяется определенным уровнем индивидуального владения знаниями, взглядами, умениями, убеждениями, нравственностью и компетентностью, позволяющих в определенной

ситуации общения и при соблюдении этики общения обеспечить необходимый эффект в достижении поставленной цели коммуникации.

Общественность всегда хочет больше знать о кандидатах, политических деятелях, о том, что происходит вокруг, о том, что было, и о том, что будет. И для этого есть такой прекрасный способ, как интервью, с помощью которого общественность до сих пор удовлетворяет собственное любопытство. «Интервью – это целостный акт коммуникации, предполагающий диалогическое общение журналиста с респондентом в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов с целью получения информации, мнений или суждений, представляющих общественный интерес» [6]. В качестве примера приводится интересное и содержательное интервью Сарданы Владимировны во время «Большого разговора» на канале РБК-ТВ: «Люди на местах говорят, что слишком много контроля и регулирования даже там, где это не нужно. Для меня большим удивлением стало то, что жалуются даже пасечники». Участие в интервью на разных платформах раскрыло ее индивидуальность перед избирателями и, возможно, они смогли узнать, понять и довериться ее политическим и жизненным взглядам, позициям, убеждениям и суждениям, проявляющимся в общении. Речевая культура в этом компоненте формирования имиджа определяется содержательностью речи, логичностью, лексическим богатством, образностью и информированностью, также здесь можно выделить деятельностный компонент структуры речевой культуры.

Заключение

На основе проведенного анализа речевой культуры Сарданы Владимировны по трем компонентам формирования имиджа, мы можем сделать заключение, что данные компоненты помогают избирателям лучше изучить, узнать кандидата и, возможно, выяснить для себя, будут ли они ему доверять. Поэтому эти компоненты являются неотъемлемым элементом в формировании имиджа кандидата, которые помогают в привлечении общественного доверия и определенного количества избирателей. Участие Сарданы Владимировны в публичных выступлениях, телевизионных дебатах и интервью на разных платформах позволяет охарактеризовать ее речевую культуру как эффективную и положительную основу для формирования имиджа политика в целом. Отбор речевых компонентов позволяет также узнать и оценить ее как человека с высоким уровнем интеллекта, начитанного, образованного, культурного и опытного, а также как рассудительного, ответственного политика.

Резюмируя сказанное выше, мы пришли к определению о том, что все же важнейшую роль в процессе формирования имиджа играет речевая культура, грамотно и правильно сформированная. Мы можем выделить такие основные коммуникативные навыки, как:

- 1) умение выразительно и грамотно говорить;
- 2) использование простых и ясных предложений в речи;
- 3) умение аргументировать свои высказывания и рассуждения;
- 4) понимание коммуникативной цели и ее выражение;
- 5) умение выбирать речевую стратегию и тактику в соответствии с коммуникативной ситуацией;
- 6) использование эмоционально-экспрессивных языковых средств для привлечения внимания и поддержания речевого контакта.

Таким образом, применение эффективных коммуникативных навыков является важнейшим компонентом речевой культуры и основой формирования положительного имиджа кандидата Сарданы Владимировны Авксентьевой.

Л и т е р а т у р а

1. Наумова, С. А. Имиджелогия : учебное пособие / С. А. Наумова. – Томск : Темплан, 2004.
2. Чумиков, А. Н. Имидж – репутация – бренд : традиционные подходы и новые технологии : сборник статей / А. Н. Чумиков. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015.
3. Константинова, А. Н. Построение аттрактивного имиджа регионального политика (на примере имиджа президентов Якутии) / А. Н. Константинова, Т. И. Кириллина // Актуальные вопросы экономики и управления : материалы V Международной научно-практической конференции ; под общей редакцией Н. Р. Бальнской. – Магнитогорск, 2020. – С.114-119.
4. Приходько, О. В. Сущность и структура речевой культуры в психолого-педагогической литературе / О. В. Приходько // Фундаментальные исследования. – 2014, № 9-2. – С. 424-428.
5. Андерсон, Крис. TED TALKS. Слова меняют мир : первое официальное руководство по публичным выступлениям / К. Андерсон : перевод с английского Т. О. Новиковой. – Москва : Э, 2016.
6. Ильченко, С. Н. Интервью в журналистике : как это делается : учебное пособие / С. Н. Ильченко. – Санкт-Петербург : СПбГУ, 2016.

References

1. Naumova, S. A. Imidzhelogiya : uchebnoe posobie / S. A. Naumova. – Tomsk : Templan, 2004.
2. Chumikov, A. N. Imidzh – reputaciya – brend : tradicionnyye podhody i novye tekhnologii : sbornik statej / A. N. Chumikov. – Moskva ; Berlin : Direkt-Media, 2015.
3. Konstantinova, A. N. Postroenie attraktivnogo imidzha regional'nogo politika (na primere imidzha prezidentov Yakutii) / A. N. Konstantinova, T. I. Kirillina // Aktual'nye voprosy ekonomiki i upravleniya : materialy V Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii ; pod obshchej redakciej N. R. Balynskoj. – Magnitogorsk, 2020. – S.114-119.
4. Prihod'ko, O. V. Sushchnost' i struktura rechevoj kul'tury v psihologo-pedagogicheskoy literature / O. V. Prihod'ko // Fundamental'nye issledovaniya. – 2014, № 9-2. – S. 424-428.
5. Anderson, Kris. TED TALKS. Slova menyayut mir : pervoe oficial'noe rukovodstvo po publicnym vystupleniyam / K. Anderson : perevod s anglijskogo T. O. Novikovej. – Moskva : E, 2016.
6. Il'chenko, S. N. Interv'y u zhurnalistike : kak eto delaetsya : uchebnoe posobie / S. N. Il'chenko. – Sankt-Peterburg : SPbGU, 2016.

КОРНИЛОВА Анна Алексеевна – магистрант ИЯКН СВ РФ СВФУ им. М.К. Аммосова.

E-mail: annakornilova888@mail.ru

KORNILOVA Anna Alexeevna – master at the Institute of Language and Culture of the North-East Peoples of the Russian Federation of the M.K. Ammosov North-Eastern Federal University.

САЛЬНИКОВА Оксана Михайловна – к. филол. н., доцент кафедры рекламы и связей с общественностью ФЛФ СВФУ им. М.К. Аммосова.

E-mail: salnicovao@mail.ru

SALNIKOVA Oksana Mihailovna – Candidate of Philological Sciences, Assistant Professor at the Advertising and Public Relations Department of the Philology Faculty of the M.K. Ammosov North-Eastern Federal University.