

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

На правах рукописи

Кафедра политических наук

**Особенности речевого имиджа политического лидера
(на примере В.В. Путина)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 421 группы

направления 41.03.04 «Политология»

юридического факультета

Подоговой Дарьи Дмитриевны

Научный руководитель

доцент, к.п.н.

должность, уч. степень, уч. звание

« ____ » _____ 20__ г.

(подпись)

/ В.Г. Семенова
(инициалы, фамилия)

Заведующий кафедрой

профессор, д.п.н.

должность, уч. степень, уч. звание

« ____ » _____ 20__ г.

(подпись)

/ А.А. Вилков
(инициалы, фамилия)

Саратов 2017

Актуальность темы исследования. Общение политического деятеля с представителями различных социальных слоев и групп редко осуществляется непосредственно в личных контактах. Определяющим для него становится общение опосредованное. А это означает не только то, что взаимодействие происходит с помощью различных средств массовой информации, но и то, что между ними появляется такой важный механизм, как имидж политического деятеля. Таким образом, в качестве политика мы имеем здесь не реальную личность, а его образ. Этот образ формируется в результате коммуникации между политиком и аудиторией.

Россия как одна из ведущих геополитических сил мира традиционно представляла огромный интерес для стран Запада. Особое внимание всегда вызывали лидеры нашего государства, поскольку имидж нашей страны – это не только ее культура и традиции, но и лицо, представляющее ее на мировой арене. И тут без преувеличения можно констатировать, что В.В. Путин является самым известным и самым обсуждаемым российским лидером. Статьи о В.В. Путине в западной прессе выходят с не меньшей частотой, чем в России. Существует мнение о том, если понять российского президента, то можно понять, какие шаги на политической арене следует от него ожидать. Для многих политиков, ученых, политологов Путин превратился в своего рода героя или антигероя, чьи слова и действия играют важнейшую роль в оценке политической обстановки в мире.

В отечественной и зарубежной журналистской деятельности посвящено немало статей и высказываний по поводу нашего президента Владимира Владимировича Путина. Несомненно, в развернувшейся мировой ситуации Путин не только не последняя личность, но и является одной из ведущих личностей мировой политической борьбы в целом. В связи такой популярностью, с таким интересом к этой личности написано немало статей, монографий, научных исследований и книг, посвященных В.В. Путину.

В современном мире и в настоящей политической обстановке изучение образа президента является просто необходимостью. Во-первых, хорошо

зная имидж В.В. Путина, мы можем отчасти прогнозировать его поступки и действия в ситуациях на мировой политической арене. Это, несомненно, является полезным навыком, особенно в сегодняшней неустойчивой ситуации в отношениях между мировыми державами. Во – вторых, изучение именно речевого образа главного политика нашей страны открывает много возможностей, мы можем анализировать трансляции различных саммитов, встреч с другими политиками мировой величины, пресс- конференции. На основе этого можно делать выводы и строить прогнозы, можно составить ясную картину о том, как построены отношения между политиками. Анализ речевого образа является способом немного больше узнать о характере и личности В.В. Путина, о его намерениях и решениях. Так же анализ речи президента дает основание делать предположения о внутренней и внешней политике нашего государства, поскольку В.В. Путин выступает как первое лицо и лидер государства.

Степень научной разработанности проблемы. Изучением данной проблемы занимались многие ученые, в литературе достаточно хорошо изучена сущность и элементы политического имиджа, методы его построения и формирования, в том числе при помощи средств массовой информации. То есть данная тема в теоретическом плане достаточно разработана.

Научную литературу, посвященную исследованию проблем политического имиджа в целом и отдельных видов имиджа политиков можно структурировать в несколько групп. Свою актуальность проблематика, связанная с имиджем, приобрела в XIX веке, когда особенно активно стали развиваться демократические институты, прежде всего, институт всеобщих свободных выборов. Итоги выборов в то время, напрямую зависели от того, как человеку преподнесут тот или иной образ. Формирование «правильного» имиджа способствовало легальной смене существующей власти. Это обусловило значение и популярность такой сфере научного знания как имиджелогия.

Первую группу трудов составляют работы, посвященные как теоретическим аспектам определения, так и практическим сторонам формирования имиджа политических субъектов. Это исследования Е.В. Егоровой-Гантман, В.Г. Зазыкин, А.Ю. Кошмарова, Е.И. Манякина, Д.В. Ольшанского, Г.Г. Почепцова, Р.Ф. Ромашкиной, Р.Ф. Фурса, О.В. Иванниковой и др .

Например, монография «Как делать имидж политика Е.В. Егоровой-Гантман посвящена обзору техник и технологий формирования выгодного для политика образа в современной политической практике. Исследователь М.В. Дворковая акцентирует внимание на проблемах формирования имиджологии как отдельной отрасли знания, придерживаясь мнения она еще не сформировалась окончательно, находится в процессе становления. Так же обосновывается необходимость внедрения новых имиджевых технологий в политику.

Немалый вклад в имиджевое направление развития российской политической теории и практики внес политолог А. Ю. Трубецкой (настоящая фамилия Кошмаров). Его работа «Психология репутации» собой первое в отечественной науке комплексное исследование такого сложного и многогранного явления, как репутация политического лидера. А. Ю. Трубецкой, опираясь на методологии западного и отечественного происхождения, успешно их адаптирует к российской политологической науке. Ученый предлагает образ политического деятеля с идеальной политической репутацией. Обосновывая психологическую модель репутации, автор разработал технологию управления репутацией (репутационный менеджмент) и успешно применил ее на практике.

Так же проблемами имиджологии занимался такой научный деятель, публицист, журналист, как Д.В. Ольшанский. Ученый считал, что методологическим подходом к изучению имиджа политического деятеля, прежде всего, является – поведенческий подход. Так же он рассматривает в своих работах вопросы менталитета, и все связанное с этой темой, раскрывая

главные предпосылки политических проблем в России и проблем отдельной политической единицы на политической арене. Научный деятель так же затрагивает в своей работе тему коллективного бессознательного, которую привнес в науку К.Юнг, и развивает эту тему именно в политическом аспекте.

В концептуальных трудах Г.Г. Почепцова достаточно полно освещаются вопросы, связанные с построением и управлением имиджем, а также его влиянием в различных контекстах. Обращается внимание на повышении роли имиджа в современности и рассматриваются теоретические основы имиджологии.

Так же к этой проблемы не раз обращался такой знаменитый политолог и публицист как Р.Фурс. Ученый рассмотрел в своей работе имидж как фактор продуктивной политической коммуникации, уделил внимание также современному состоянию научного изучения проблем политического имиджа. Несомненно, в своей научной работе Р.Ф. Фурс раскрыл для читателя психологические аспекты создания имиджа в политике.

Вторую группу работ составили труды, анализирующие непосредственно образ политического лидера, его особенности, отличия, специфику формирования. Это, прежде всего труд Н.В.Абловой, Н.И. Кузьминой, Л.С. Говердовской, М.С. Безугловой.

Третью группу исследований составили работы российских авторов, всесторонне изучающих имидж российского президента В.В. Путина в различные годы. К авторам, которые плотно взялись за изучение самой популярной личности нашей страны, следует отнести таких авторов как Л.С.Абдуллина, А.А. Алексеева, М.Л.Воловиков, С.Б. Чуносков, А.А. Вилков и А.А. Казаков .

При написании данного дипломного исследования большой интерес вызвала работа Л.С.Абдуллиной «Репрезентация В.В. Путина как национального лидера». Статья посвящена анализу средств, с помощью которых Владимир Путин представляется именно как национальный лидер.

Содержательно это выразилось усилением в официальной дискурсивной повестке патриотической и державной риторики, обширном оперировании категориями «национальных ценностей» и «национальных интересов», центральной фигурой этой идеологической доктрины выступила фигура В. В. Путина, который в итоге предстал в глазах общества в роли самодержца и верховного арбитра.

Также в эту группу трудов можно отнести исследования А.А.Алексеевой, которая изучает политические портреты В.В. Путина и Д.А. Медведева; М.Л.Воловикова, С.Б. Чуносова, которые за основу своих исследований имиджа российского президента взяли контент зарубежных СМИ.

В том же ключе построена логика рассуждения исследователей А.А. Вилкова и А.А. Казакова. В своей монографии «Политические технологии формирования имиджей России и США в процессе информационно-коммуникационного взаимодействия (на материалах «Российской газеты» и «Вашингтон Пост». 2007-2008 гг.)» авторы выявляют имиджи двух стран и их политиков на основе сравнительного анализа российских и американских средств массовой информации.

Проблемы непосредственно речевого имиджа изучают такие ученые как О.А. Малетина, М.А. Лесная, Е.В. Осетрова, и др.

Анализ научной литературы позволяет сделать вывод о том, что изучением данной проблемы занимались многие ученые, так в литературе достаточно хорошо изучена сущность и элементы политического имиджа, методы его построения и формирования, в том числе при помощи средств массовой информации. То есть данная тема в теоретическом плане разработана достаточно детально. Что же касается изучения речевого имиджа В.В. Путина, то, во-первых, в данной сфере не обнаружено комплексных трудов, во-вторых, постоянно появляется новый материал, требующий перманентного анализа.

Актуальность и постоянное обновление материала для исследования проблемы предопределили постановку цели и задач дипломного исследования.

Целью исследования является анализ особенностей речевого имиджа В.В. Путина, сформированного в российских СМИ.

В связи с этим необходимо решить следующие **задачи**:

- Изучить понятие и составляющие политического имиджа;
- Рассмотреть методы построения и формирования политического имиджа;
- Рассмотреть роль печатных и электронных СМИ в формировании политического имиджа в современном обществе;
- Выявить особенности методов построения речевого имиджа политика;
- Проанализировать интервью, стенограммы различных публичных выступлений, материалы пресс-конференций, видео-конференций В.В. Путина.

Объект исследования носит сложный характер: во-первых, в качестве объекта исследования выступает личность В.В. Путина, во-вторых, объектами изучения являются российские СМИ.

Предметом исследования являются особенности речевого имиджа В.В. Путина.

Теоретической и методологической основой работы послужили научные исследования зарубежных и отечественных ученых, посвященные проблемам формирования имиджа политических лидеров в СМИ в целом и оценке имиджа В.В. Путина в частности. В данной научной работе мы использовали политико – психологический подход для исследования и анализа различных факторов, а так же для выявления особенностей речи В.В. Путина. Политико – психологический подход к изучению позволил нам тщательнее разобраться в речевых особенностях, используемых президентом, выявить их значение и сделать соответствующие выводы.

Исследование базировалось на применении методов сравнительного и системного анализа, анализа периодической литературы. Основным методом данного исследования стал дискурс-анализ, применение которого позволило нам выделить не только существенные характеристики политической коммуникации, но и второстепенные, содержательные и формальные показатели. Дискурс – анализ помогает более детально и тщательно изучить речь президента и сделать соответствующие выводы и прогнозы.

Эмпирическую базу исследования составили, во-первых, интервью В.В. Путина российским политическим изданиям, во- вторых, материалы с пресс-конференций, в- третьих, стенограммы и опубликованные тексты выступлений президента. Так же отдельную группу источников составили видеозаписи конференций, опубликованные на официальных интернет – ресурсах государственной власти РФ ; видео –контент, опубликованный на официальных сайтах средств массовой информации , в блогах российских политиков .

Структура работы состоит из введения, двух глав, раскрывающих содержание темы, заключения и списка использованных источников и литературы.

Содержание работы

Первая глава «Теоретические подходы к изучению и конструированию политического имиджа» раскрывает теоретические подходы к изучению и конструированию политического имиджа. В ней мы даем несколько интерпретаций такого понятия как « политический имидж» и соответственно, понимаем для себя, что значит это понятие. В первой главе можно узнать, откуда берет начало это понятие, и, как и когда она появилось в русском языке. Так же мы видим, как современные научные деятели понимают, что такое политический имидж. Далее мы рассматриваем структуру политического имиджа и методы его построения.

В первой главе вы выявили каналы и методы построения политического имиджа. Каналами построения являются в основном

различные средства массовой информации. У каждого СМИ, в свою очередь, есть свои преимущества и недостатки, которые непосредственно влияют на формирование образа политического деятеля. В своей работе мы выявили, что в настоящее время, внимаем общества все больше завладевает такое СМИ, как интернет. С каждым днем он развивается все больше и больше, и в нашей стране это является уже основным средством коммуникации и передачи информации. Так же мы рассмотрели, чем полезны блоги, и как они влияют на политическую жизнь в нашей стране.

Далее в первой главе мы выделили несколько основных методов конструирования политического образа. Указали, на что стоит обращать при создании имиджа. При рассмотрении методов создания имиджа, можно понять, какой имеет большую популярность, какой полезен и приспособлен именно к созданию образа в нашей стране.

Во **второй главе «Специфика формирования речевого имиджа политического лидера (на примере В.В. Путина)»** мы рассматриваем непосредственно речевой образ президента В.В. Путина. Вы выявляем, какие преимущества дает правильно сконструированный образ, как он влияет на деятельность самого политика. Образ обязан быть гармоничным и сочетаться с общим имиджем политика. Главная функция речевого имиджа – дополнять общую картину, придавать ей больше красок. Речевой образ – это неотъемлемая часть общего образа политика. Речевой образ не должен действовать вопреки, а скорее наоборот должен дополнять весь образ политического лидера. Очень важно чтобы речь была в гармонии со сконструированным имиджем, чтобы она помогала раскрываться всему образу.

Во второй главе говорится о факторах, которые предшествуют созданию правильно речевого имиджа, о таких факторах как анализ целевой аудитории, выявление их потребностей в сфере политики. Именно от этого стоит отталкиваться при создании речевого имиджа. Перед командой,

которая формирует образ политика, стоит сложная задача – найти точку соприкосновения между электоратом и оратором.

Важно чтобы политика услышали и поняли, поэтому необходимо использовать такие слова и речевые обороты, которые будут доступны и понятны каждому члену общества, каждому слушателю.

К методам анализа речевого имиджа относятся практически все методы анализа информации, в общем. Практически все методы подходят, чтобы проанализировать речь политика и выявить для себя ключевые понятия и главную мысль речи. Мы выявили в ходе научной работы, что среди всех методов обработки и анализа речевого имиджа различают качественные и количественные методы.

Во второй части второй главы мы обратили внимание на речевые особенности В.В. Путина именно в российских СМИ. Стало ясно, что при создании образа политического лидера играет роль такой набор черт, как: индивидуально – личностные; социальные; личностно – энергетические; социально – энергетические, социально-нравственные.

Наш анализ показал, что в выступлениях В.В. Путина одной из самых значимых тем является тема патриотизма. В ходе работы мы выяснили, какие речевые обороты, и средства президент чаще всего использует в своих публичных выступлениях, для достижения определенных целей.

Анализ разнообразных интервью с президентом позволил нам выделить ряд особенностей его речевого имиджа. Чаще всего в основе ответов на задаваемые вопросы Владимир Владимирович руководствуется отдельно взятыми темами, которые и задают в дальнейшем курс всему интервью или выступлению. В работе выявлены темы, которые чаще всего затрагивает в своих выступлениях президент. Мы рассмотрели фигуры речи часто употребляемые политиком, проанализировали значение употребления того или иного приема речи. В конце второй главы мы затронули еще такую тему как мимика лица В.В. Путина на выступлениях, потому что, по нашему мнению, это тоже играет роль и дополняет речевой имидж президента.

В **заключении** сделаны обобщающие выводы по всем поставленным задачам исследования. В частности в процессе научной работы мы изучили понятие «имидж». Сделали выводы о том, что собой представляет это понятие, когда и кем было введено в политику и на какие аспекты влияет. Мы выявили составляющие понятия «имидж», что помогло еще больше углубиться в изучение данной темы.

Рассмотрев методы построения речевого имиджа политического деятеля, нам удалось применить их на практике, и проанализировать непосредственно речевой образ В.В. Путина. Каждый из методов полезен и позволяет нам выявить новые грани речевого имиджа президента.

Мы выявили, что жизненный и политический опыт В.В. Путина отражается на его речи. Это скорее является плюсом, нежели минусом. Данный факт помогает президенту России уверенно чувствовать себя на публике, казаться простым и понятным для обычного человека. Так же президент является крайне сдержанным и дипломатичным человеком, умеет расположить к себе людей и завоевать общественное мнение. Президент нашей страны уверенно чувствует себя на публичных встречах, на интервью и пресс - конференциях. Его шутки всегда уместны, а простонародные выражения звучат гармонично и вписываются в общий образ политика. Более того выражения В.В. Путина зачастую запоминаются на многие годы вперед и тиражируются.

Создание положительного речевого имиджа политика в России осложняется тем, что лишь немногие политики имеют доступ к аудиовизуальным СМИ. Однако, постоянное присутствие на телеэкране вовсе не гарантирует создание положительного речевого имиджа. Доказательством служит ситуация с Дмитрием Медведевым.

Эффективный речевой имидж - сложная конструкция, состоящая из многих элементов. Наше исследование показало, что политик становится популярным и хорошо ориентируется на публике, если его речевой образ многогранен и хорошо продуман. Это дает ему возможность адаптироваться

в различных стрессовых ситуациях и не терять общего образа. В рамках данного исследования показана многослойность речевого имиджа президента России Владимира Путина, самого популярного политика страны последних лет.