

Карпухина Екатерина Александровна

ОТ ОБРАЗА ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА К ОБРАЗУ ГОСУДАРСТВА

В статье уделяется внимание системе образов политического дискурса. Проводится грань между терминами "образ государства" и "образ страны". На основе анализа речевых стратегий характеризуются образ политика и образ государства. К основным стратегиям, реализуемым политическим лидером в выступлениях, автор относит: стратегию самопрезентации, стратегию дискредитации оппонента, а также стратегию дискредитации в отношении собственной кандидатуры. В качестве косвенной стратегии, позволяющей создать образ государства, анализируется стратегия репрезентации.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2013/1/25.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2013. № 1 (19). С. 94-96. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2013/1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_phil@gramota.net

(структура) системы знания также влияет на когнитивный процесс. Информация, преобразованная в знание и затем занесенная в память, приобретает форму, которая зависит и от используемых логических и когнитивных принципов, и от организационной формы существующей системы знания. Другими словами, информация о реальном мире, преобразованном этой системой, подчиняется как существующей логике и набору когнитивных методов, так и логике и когнитивным методам, уже включенным в систему знания. Такая открытая система знания позволяет получать даже информацию и знания о мире, которые не были получены и помещены в систему знания. Однако система знания принадлежит субъективной действительности и зависима от сознания. Возможно, наш разум вносит только правила структурирования в процесс формирования знания, в то время как знание в его специфической структуре и форме появляется в процессе взаимодействия с внешним миром.

Список литературы

1. **Воробьев А. Е.** Роль когнитивной функции метафоры в создании картины мира // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Лингвистика». М., 2011. № 3.
2. **Гордон Д.** Терапевтические метафоры [Электронный ресурс]. URL: http://lib.ru/NLP/gordon.txt_Piece40.04 (дата обращения: 08.11.2012).
3. **Гумбольдт В.** Избранные труды по языкознанию. М.: Прогресс, 1984. 397 с.
4. **Калашникова Л. В.** Метафора – мощный лингвистический инструмент, преобразующий действительность в мир воображаемый // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2011. № 3 (10). С. 69-72.
5. **Миллс Дж., Кроули Р.** Терапевтические метафоры для детей и внутреннего ребенка / пер. с англ. Т. А. Кругловой. М.: Независимая фирма «Класс», 2000. 144 с.
6. **Тургенев И. С.** Рудин. М.: Художественная литература, 1975.
7. **Vendler Z.** Say What You Think // Studies in Thought and Language / ed. by L. Cowan. Tucson (Arizona): The University of Arizona Press, 1970. P. 79-98.

COGNITIVE PRINCIPLES OF COGNITION PROCESS. METAPHORICAL UNDERSTANDING OF THE WORLD

Larisa Valentinovna Kalashnikova, Doctor in Philology, Professor
Department of Foreign Languages
Orel State Agrarian University
lkalashnikova@inbox.ru

The author reveals the principles, according to which the process of cognition functions, and on which basis the information about the real world that was transformed by knowledge system submits to both the existing logic and set of cognitive methods and the logic and cognitive methods already included in the system of knowledge; and pays special attention to the perspective of the research on the role of metaphors in communication system as the means of experience description.

Key words and phrases: metaphor; process of cognition; cognitive principles; systems of representation; primary system of representation; model of the world; leveling; human consciousness; metaphorical cognition.

УДК 81'42

Филологические науки

В статье уделяется внимание системе образов политического дискурса. Проводится грань между терминами «образ государства» и «образ страны». На основе анализа речевых стратегий характеризуются образ политика и образ государства. К основным стратегиям, реализуемым политическим лидером в выступлениях, автор относит: стратегию самопрезентации, стратегию дискредитации оппонента, а также стратегию дискредитации в отношении собственной кандидатуры. В качестве косвенной стратегии, позволяющей создать образ государства, анализируется стратегия репрезентации.

Ключевые слова и фразы: образ; политический дискурс; имидж; образ политика; образ государства; образ страны; речевые стратегии; тактика.

Екатерина Александровна Карпухина

Кафедра иностранных языков

Технический институт (филиал) Северо-Восточного федерального университета им. М. К. Аммосова

kath-e-rine@mail.ru

ОТ ОБРАЗА ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА К ОБРАЗУ ГОСУДАРСТВА®

Образ как объект исследования охватывает широкий диапазон научных областей, таких как психология, литературоведение, когнитивная лингвистика и др. В широком смысле, «образ» представляется абстрактным понятием, поскольку область его существования – человеческое сознание. Тем не менее, образ любого

порядка это автономное явление, обладающее определенными характеристиками и отражающееся в сознании людей [3]. Перцепция является ключевым понятием в подобных исследованиях. Поскольку восприятие индивидуально, следовательно, образы, возникающие в сознании людей, также индивидуальны.

С нашей точки зрения, имеет смысл говорить о феномене «двойного образа». Так, «образ-явление» это «реальный образ» (при этом не важно, является ли он материальным или нет). «Образ-отражение» это «индивидуальный образ», возникающий на основе восприятия. Следовательно, «реальный образ», как правило, не совпадает с образом «индивидуальным». Несоответствие реального и индивидуального образов обусловило потребность заняться анализом данной категории в различных сферах науки.

Не стала исключением и политическая лингвистика, где исследователи применяют метафору «театр» в отношении к политическому дискурсу. Устанавливаются соответствия между структурой театра и политики, например, актеры – политики; спектакль – политическое событие; зрители – общество и т.д. [12].

Организаторы театральных постановок привлекают зрителей новыми спектаклями, известными актерами и т.д., в то время как политический «театр» завлекает аудиторию наличием образов, вызывающих реакцию в массах [6]. Из этого следует, что в политическом дискурсе можно выделить систему образов, свойственных именно этому виду дискурса. Основной интенцией данных образов является привлечение внимания с целью манипуляции.

В данной статье речь пойдет об образе политика, в частности политического лидера, и образе государства.

Можно сказать, что ведущая роль в политическом дискурсе принадлежит образу политического деятеля, более точно, политического лидера, поскольку именно политик-лидер репрезентирует в своих выступлениях государство, партию, идеологию. В политологии политический лидер – это человек, выполняющий роль руководителя или главы, иными словами, «спортсмен, возглавляющий гонку» [8, с. 132].

В рамках политической лингвистики большое внимание уделяется имиджу политика. Здесь особый интерес и материал для исследований представляет речь политика, как вербальная характеристика имиджа. Так, исследования в области речевых стратегий позволяют разделить образ политика на так называемые «ярлыки» и «роли», т.е. основная роль политика и «микророль». Согласно проведенным исследованиям, существуют следующие «ярлыки»: «Патриот», «Хозяин», «Борец за социальную справедливость» и др. [6].

Анализ предвыборной кампании Барака Обамы 2007 г. показывает, что ядром в имидже Б. Обамы является роль «Патриот» или «Спаситель», в то же время факультативными ролями являются семантические компоненты «Простой человек», «Честный политик», «Борец за социальную справедливость». Данный образ складывается из следующих речевых стратегий:

- стратегия самопрезентации:

«...I am the son of a black man from Kenya and a white woman from Kansas...», «...I knew no one in Chicago, was without money or family connections...»;

- стратегия дискредитации оппонента:

«John McCain is an American hero. We honor his service to our nation. But his priorities don't address the real problems of the American people, because they are bound to the failed policies of the past...»;

- стратегия дискредитации своей кандидатуры:

«...I know there are those who don't believe we can do all these things. I understand the skepticism. After all, every four years, candidates from both parties make similar promises, and I expect this year will be no different...» [13].

Роль политического лидера во многом влияет на формирование образа государства. Проблема образа государства приобрела широкую популярность благодаря особенностям восприятия участников международных отношений [7]. Стоит отметить, что исследователи выделяют образ государства и образ страны.

Как правило, под образом страны понимается набор определенных характеристик, такие как социальные, географические, экономические и другие черты [1; 2; 5; 11], в то время как в образе государства выделяется манипулирующий потенциал [4; 7; 10]. В рамках нашего исследования применяется термин «образ государства».

Цель любой предвыборной кампании – создание положительного образа государства, не является исключением и образ США в выступлениях будущего Президента.

Анализ образа США в предвыборной речи Б. Обамы можно начать с основной идеи выступления: потребность в изменениях. «Изменения» выступают концептом-константой в речи политика: «That is the choice that I'll offer the American people - four more years of what we had for the last eight, or *fundamental change* in Washington...», «...and so *the American people are hungry for a different kind of politics* – the kind of politics based on the ideals this country was founded upon...» [13]. Б. Обама затрагивает следующие компоненты образа США: экономическое положение, образование, экологию, здравоохранение, проблему терроризма, военное положение дел, например: «It's time to *turn the page on health care* – to bring together unions and businesses, Democrats and Republicans, and to let the insurance and drug companies know that while they get a seat at the table, they don't get to buy every chair... When I am president, I will sign a universal health care law by the end of my first term...» [Ibidem].

В своей речи Б. Обама использует стратегию самопрезентации, однако косвенно или на более «глобальном» уровне можно вывести стратегию репрезентации. *Стратегия репрезентации* направлена на создание положительного образа США, так, анализ показывает, что Б. Обама считает США лидирующей страной, надеждой, великой Империей и т.п.: «It's time to show the world that *America is still the last, best hope of Earth*»; «...It's time for us to lead...»; «...Can we send a message to all those weary travelers beyond our shores who long

to be free from fear and want that the United States of America is, and always will be, *'the last best, hope of Earth?'* [Ibidem].

Особое значение в конструировании образа государства имеет тактика единения: «...*We believe that we rise or fall as one nation - as one people. That we are our brother's keeper. That we are our sister's keeper...*» [Ibidem].

В процессе репрезентации данного образа можно выделить прообразы Америки прошлого и Америки будущего. Б. Обама говорит о достойной Америке времен правления А. Линкольна и отмечает неблагополучие современной Америки, используя тактику сопоставления, например: «...*But through his will and his words, he moved a nation and helped free a people...*» и «...*In the last several years, we have seen Washington become a place where keeping score of who's up and who's down is more important than who's working on behalf of the American people...*» [Ibidem].

При этом представляется возможным выделить следующую микророль: «Империя» (или «Великая держава»), кроме того, в данном ключе возможно описание США как милосердного, великодушного государства, которое открывает двери перед каждым, кто ищет свободы и независимости: «*This was one of the tasks we set forth at the beginning of this campaign - to continue the long march of those who came before us, a march for a more just, more equal, more free, more caring and more prosperous America...*» [Ibidem].

Таким образом, характерная для кандидатуры Б. Обамы роль «Спасителя» раскрывает образ «Обновленной Америки»: «*We need a new direction in this country. Everywhere I go, I meet Americans who can't wait another day for change...*» [Ibidem].

Список литературы

1. **Афонасова А. В.** Международный имидж России в условиях складывающегося многополярного мира [Электронный ресурс]. URL: <http://vestnik.uara.ru/ru-ru/issue/2009/02/03/> (дата обращения: 29.10.2011).
2. **Галумов Э. А.** PR в международных отношениях [Электронный ресурс]. URL: <http://evartist.narod.ru/text10/76.htm> (дата обращения: 29.10.2011).
3. **Гринберг Т. Э.** Образ страны или имидж государства: поиск конструктивной модели [Электронный ресурс]. URL: <http://mediascore.ru/node/252> (дата обращения: 29.06.2012).
4. **Задорожный В. Н.** Влияние политического имиджа государства на экономический рост [Электронный ресурс]. URL: www.elitarium.ru/2007/06/07 (дата обращения: 15.07.2012).
5. **Замятин Д. Н.** Образ страны: структура и динамика [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru/ons/msg/139449.html> (дата обращения: 24.10.2011).
6. **Иссерс О. С.** Что говорят политики, чтобы нравиться своему народу [Электронный ресурс]. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/issers-96.htm> (дата обращения: 16.05.2011).
7. **Киселев И. Ю.** Концепция образа государства и ее применение для анализа международных отношений [Электронный ресурс]. URL: http://www.isras.ru/abstract_bank/1209926017.pdf (дата обращения: 29.06.2011).
8. **Козырев Г. И.** Политология. М.: ИД «Форум»; Инфра, 2009. С. 132-135.
9. **Коробова Н. В.** Формирование речевого имиджа в политическом дискурсе (на примере предвыборной кампании Б. Обамы) [Электронный ресурс]. URL: www.lib.csu.ru/vch/185/022.pdf (дата обращения: 29.10.2011).
10. **Сеидов В. Г.** Государство и СМИ [Электронный ресурс]. URL: evartist.narod.ru/text10/76.htm (дата обращения: 12.05.2011).
11. **Семенова Н. Н.** Наука как фактор формирования образа страны в условиях становления экономики знаний [Электронный ресурс]. URL: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/810d4c46490debecc32574570046dbcb> (дата обращения: 29.10.2011).
12. **Шейгал Е. И.** Театральность политического дискурса [Электронный ресурс]. URL: <http://www.philology.ru/linguistics1/sheygal-00.htm> (дата обращения: 04.11.2012).
13. <http://obamaspeeches.com/> (дата обращения: 02.07.2012).

FROM IMAGE OF POLITICAL LEADER TO IMAGE OF STATE

Ekaterina Aleksandrovna Karpukhina

Department of Foreign Languages

Technical Institute (Branch) of North-Eastern Federal University named after M. K. Ammosov
kath-e-rine@mail.ru

The author pays special attention to the system of political discourse images, distinguishes between the terms “image of state” and “image of country”, basing on the analysis of speech strategies characterizes the image of politician and the image of state, refers to the following strategies that a political leader implements in speeches as the main ones: the strategy of self-presentation, the strategy of opponent discrediting, and also the strategy of discrediting in relation to one’s own candidacy, and as an indirect strategy that allows creating the image of state analyzes the strategy of representation.

Key words and phrases: image; political discourse; manner; image of politician; image of state; image of country; speech strategies; tactics.