

На правах рукописи



Щитова Дарья Александровна

**ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ИМИДЖА
В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ
(НА МАТЕРИАЛЕ КОНЦЕПТА *ВООРУЖЕННАЯ БОРЬБА*)**

10.02.01 – Русский язык

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Томск – 2014

Работа выполнена в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет», на кафедре русского языка.

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор
Демешкина Татьяна Алексеевна

Официальные оппоненты:

Богословская Зоя Матиновна, доктор филологических наук, доцент, федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Томский политехнический университет», кафедра «Русский язык как иностранный», профессор

Ким Лидия Густовна, доктор филологических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Кемеровский государственный университет», факультет филологии и журналистики, декан

Ведущая организация: федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского».

Защита состоится 3 декабря 2014 г. в 10.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.267.05, созданного на базе федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет», по адресу: 634050, г. Томск, пр. Ленина, 36.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке и на сайте федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет» www.tsu.ru.

Автореферат разослан «_____» октября 2014 г.

Материалы по защите диссертации размещены на официальном сайте ТГУ: http://www.tsu.ru/content/news/announcement_of_the_dissertations_in_the_tsu.php

Ученый секретарь
диссертационного совета



Филь Юлия Вадимовна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Лингвистической наукой к настоящему моменту накоплен определенный объем знаний, касающихся формирования имиджа и описывающих коммуникативные стратегии, тактики, основные принципы воздействия на общество посредством языка и др. Однако разнородность проводимых исследований препятствует созданию универсальной теоретической базы по вопросам имиджа, в то время как образ человека практически во многом складывается на основе его языковой репрезентации.

В данной диссертационной работе исследуется механизм формирования имиджа политических деятелей при помощи языковых средств на материале высказываний, актуализирующих концепт *Вооруженная борьба*. Выбор концепта определяется тем, что вооруженная борьба является одним из проявлений политики.

Феномен вооруженной борьбы в различных его проявлениях (война, терроризм, вооруженный конфликт) представлен в научной литературе в разных аспектах, среди них можно выделить дискурсивный аспект [Амиров, 2012; Эмер, 2010], функциональный аспект [Бородько, 2012], переводческий аспект [Бушев, 2011, 2012]. Широко представлен в лингвистике лингвокультурологический аспект [Венедиктова, 2004; Крячко, 2007; Демидова, 2007; Эмер, 2010], в рамках которого концепт *Война* описан как фольклорный концепт [Эмер, 2010] и как художественный концепт [Демидова, 2007]. В контексте современного информационного пространства и информационно-политических технологий феномен терроризма рассмотрен Г. Г. Почепцовым [Почепцов, 2003].

Вооруженная борьба понимается нами как когнитивная единица – концепт, который включает различные лексико-семантические поля, отражающие участников борьбы, её средства, время, место и т. д.

Актуальность работы связана с рядом лингвистических и экстралингвистических факторов:

- 1) с междисциплинарным характером исследования;
- 2) с необходимостью развития нового направления языкознания – лингвоимиджелогии – и изучения механизма формирования речевого имиджа и имиджевых ролей;
- 3) с описанием разных дискурсивных практик в имиджевом аспекте (представленное исследование проведено на материале политического дискурса);
- 4) с обращением к концепту *Вооруженная борьба*, являющемуся дискурсообразующим для политической коммуникации;
- 5) с разработкой сопоставительного аспекта в лингвоимиджелогии (имидж исследуется на примере российского, американского и германского политиков);
- 6) с развитием разных видов коммуникации в России, где явление политической коммуникации зародилось недавно. Правила и культура российского политического дискурса находятся на стадии формирования и могут обладать своей спецификой.

Объектом исследования является имидж, формируемый посредством вербализации концепта *Вооруженная борьба*.

Предметом анализа послужили языковые средства формирования имиджа и имиджевых ролей политика.

Гипотеза работы: имидж политика формируется путем вербализации определенных смыслов. Концепт, будучи когнитивной ментальной единицей, и организующие его лексико-семантические поля являются «хранилищем» этих смыслов. Их реализация в речи политического деятеля способствует созданию его уникального имиджа и имиджевых ролей.

Цель работы состоит в описании механизма формирования имиджа политика на материале концепта *Вооруженная борьба*.

Достижение цели предполагает решение ряда **задач**:

- 1) сформировать теоретико-методологические основания исследования имиджа в политическом дискурсе;
- 2) обосновать возможности жанра интервью как источника исследования лингвистического моделирования имиджа;
- 3) разработать методику анализа имиджа политика;
- 4) описать способ концептуализации вооруженной борьбы в речи политического деятеля;
- 5) выделить имиджевые роли российского политика, которые реализуются в высказываниях, посвященных вооруженной борьбе;
- 6) проанализировать в сопоставительном аспекте языковые средства формирования имиджа политиков, являющихся лидерами разных стран.

Материалом исследования послужили интервью политических деятелей России, США и Германии, а именно В. В. Путина, Дж. Буша и А. Меркель, за 2000–2011 гг. Материал включает в себя выступления обзорного характера и интервью на частные темы как отечественным, так и зарубежным средствам массовой информации. Корпусы текстов интервью каждого из политиков являются тематически и адресно равноценными. Объем контекстного материала составляет около 700 высказываний политических деятелей, извлеченных путем сплошной выборки из 100 интервью, составляющих 65 печатных листов. Количество проанализированных словоупотреблений – более 2500.

Единицами анализа являются слова, словосочетания и высказывания, актуализирующие смыслы вооруженной борьбы.

Выбор политических деятелей, на материале речей которых проводилось исследование, связан, в первую очередь, с их ролью в сфере политики. В. В. Путин, Дж. Буш и А. Меркель появились на мировой арене примерно одновременно и на протяжении многих лет определяли и определяют политический курс и атмосферу в мире. Эти люди являются яркими представителями своей страны, культуры и народа, обладают высоким уровнем общественной популярности и высоким рейтингом. Интервью политиков высшего эшелона представляется репрезентативным материалом для анализа имиджа.

Методологическую базу настоящей работы составили труды:

– по имиджологии: В. В. Волкова (2008), М. Н. Шашлов (2001), В. М. Шепель (1997), В. Bruce (1992), E. Sampson (1994) и др.;

– по вопросам речевого имиджа: О. С. Иссерс (1999), Ю. Н. Караулов (2010), Е. В. Осетрова (2012), Г. Г. Почепцов (1999, 2001, 2003), И. А. Стернин (2001, 2005), А. П. Чудинов (2001, 2003), В. Н. Шашлов (2001) и др.;

– по дискурсологии: Н. Ф. Алефиренко (2012), Н. Д. Арутюнова (1990), А. Н. Баранов, Е. Г. Казакевич (1991), В. И. Карасик (2002), М. А. Кронгауз (2001), М. Л. Макаров (2003), Ю. Е. Прохоров (2004), И. В. Силантьев (2006), Е. И. Шейгал (2000);

– по проблемам определения концепта и аспектов его изучения: А. Вежбицкая (2001), С. Г. Воркачев (2003), Т. А. Демешкина (2002), В. З. Демьянков (1994), Ю. С. Степанов (1995, 1998, 2001), А. П. Чудинов (2001, 2003), Е. И. Шейгал (2000) и др.;

– по полевому анализу: А. В. Бондарко (2002), Е. Г. Которова (2013), З. Д. Попова, И. А. Стернин (2007), Е. А. Юрина (2005), К.-Е. Sommerfeldt (1984).

Достоверность результатов исследования обеспечивается значительным корпусом материала и применением комплекса традиционных и современных **научных методов и приемов** изучения проблемы.

Основу методики лингвистического исследования имиджа составляет традиционный метод научного описания, обеспечивающий наиболее полный анализ решаемой проблемы.

Исследование способов концептуализации вооруженной борьбы в политической коммуникации осуществляется методом полевого анализа, который включает приемы контекстуального, компонентного, дефиниционного, количественного анализа.

При помощи метода когнитивного моделирования представлена структура имиджа политиков, их имиджевые роли.

Прием сопоставительного анализа позволяет выявить сходства и различия самопрезентации политиков, интервью которых рассматриваются в работе.

Таким образом, предлагаемые методы и приемы позволяют выявить и изучить механизм лингвистического моделирования имиджа и имиджевых ролей политика и предоставить достоверные знания, которые будут служить основой дальнейших исследований речевого имиджа.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в следующем:

1) выявлены факторы, влияющие на формирование речевого имиджа политика, и разработаны основы сопоставительного анализа имиджа;

2) обоснован метод полевого анализа для изучения имиджа;

3) выделен в качестве дискурсообразующего для политической коммуникации концепт *Вооруженная борьба*, в рамках которого проводится исследование;

4) описаны имиджемоделлирующие возможности концепта;

5) проанализирован имидж лидеров России, США и Германии в сопоставительном аспекте, выявлены их имиджевые роли.

В результате анализа имиджа и имиджевых ролей открываются новые перспективы создания теоретико-методологических оснований моделирования имиджа при помощи языковых средств.

Теоретическая значимость работы обусловлена тем, что она вносит вклад в развитие нового научного направления – лингвоимиджелогии, в том числе уточняются понятийный аппарат, методы исследования и др.

В работе:

- 1) представлен имидж политиков как система имиджевых ролей;
- 2) уточнены с учетом специфики исследования некоторые понятия (*интервью, имиджевая роль*);
- 3) обоснована правомерность применения традиционных и современных методов и приемов при исследовании имиджа;
- 4) предложена модель концепта *Вооруженная борьба*, структурным элементом которого является лексико-семантическое поле.

Практическая значимость исследования определяется возможностью использования его результатов при разработке научной базы по вопросам вербального имиджа, а также в практике преподавания курсов по лингвострановедению, социологии, политологии, основам лингвистического моделирования имиджа и др. Предложенная методика исследования имиджа, новизна которой заключается в применении метода полевого анализа, может быть использована при изучении имиджа других субъектов и в других типах дискурса.

Результаты настоящей работы могут быть использованы специалистами в области межкультурной коммуникации, социологии, лингвистики, политологии, когнитивистики и психологии.

Положения, выносимые на защиту:

1. Жанр интервью обладает имиджемоделлирующими возможностями, что обусловлено частотностью его использования в средствах массовой информации, стирающих грань между политиком и аудиторией. В интервью затрагиваются наиболее актуальные вопросы, ответы на которые обнаруживают элементы речевого имиджа политического деятеля.

2. Имидж политика может быть представлен как система имиджевых ролей, выделенных на основе стереотипных общественных представлений. Некоторые роли находятся в отношениях включения и пересечения; также выделяются доминирующие имиджевые роли.

3. На формирование речевого имиджа политика оказывают влияние два вида факторов: факторы, зависящие от особенностей самого политического деятеля (личностные характеристики, общие и частные цели и задачи, социально-физиологические особенности); факторы, формируемые под воздействием требований социума (социальные факторы, целевая аудитория, национальные и государственные особенности и традиции).

4. Дискурсообразующим для политической коммуникации является концепт *Вооруженная борьба*, что обуславливает формирование имиджа политика через обращение к теме вооруженной борьбы, интерес к которой проявляется со стороны общества и средств массовой информации.

5. Концепт *Вооруженная борьба* имеет смешанную структуру. Это концепт фреймового типа, компоненты которого организованы по принципу лексико-семантического поля. В речи политических деятелей полнее всего реализуются следующие лексико-семантические поля концепта, имеющие специфику реализации в политическом дискурсе: 1) «Участники вооруженной борьбы», 2) «Цель вооруженной борьбы», 3) «Действия участников вооруженной борьбы», 4) «Средства вооруженной борьбы», 5) «Пространство вооруженной борьбы», 6) «Время вооруженной борьбы», 7) «Последствия вооруженной борьбы».

6. Сопоставительный аспект исследования имиджа позволяет выявить специфику имиджевых ролей политического деятеля, проявляющуюся в использовании определенных языковых средств и в наличии ролей, не свойственных другим политикам.

Апробация работы. Диссертация обсуждалась на межкафедральном научном семинаре филологического факультета Национального исследовательского Томского государственного университета.

Основные положения диссертации апробированы на 20 научных конференциях, из которых 7 международных и 13 всероссийских, в том числе на Международной конференции «Лингвистические и культурологические традиции и инновации» (г. Томск, 2009, 2010, 2013), Российском научном семинаре «Варьирование в языке и культура речи» (г. Томск, 2011, 2012), XI Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых «Коммуникативные аспекты языка и культуры» (г. Томск, 2011), Международной научной конференции «Проблемы современной лингвистики и методики преподавания языковых курсов» (г. Кемерово, 2012), II Международной научно-практической конференции молодых исследователей «Диалог культур в аспекте языка и текста» (г. Красноярск, 2013), I Международной конференции молодых ученых «Актуальные проблемы литературоведения и лингвистики» (г. Томск, 2014).

Структура диссертации. Работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка источников и литературы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность выбранной темы исследования, устанавливаются цель, задачи и методика работы, выделяются объект и предмет анализа, определяется новизна исследования, его теоретическая и практическая значимость, излагаются основные положения, выносимые на защиту.

В **главе 1 «Теоретико-методологические основы изучения имиджа в политическом дискурсе»** представлен имидж как объект современного гуманитарного знания, содержится обзор основных подходов к изучению имиджа; описываются особенности имиджа политического деятеля, раскрывается понятие имиджевой роли; обосновываются источниковедческие возможности жанра интервью; устанавливаются дискурсивно-когнитивные основы исследования имиджа в политическом дискурсе.

Раздел 1.1 «Имидж как объект современного гуманитарного знания» посвящен обзору научных изысканий в сфере имиджологии. Теоретические основы формирования и функционирования имиджа исследуются В. М. Шепелем (1997, 2002), Г. Г. Почепцовым (1999), А. Ю. Панасюком (2007), И. А. Федоровым (1997), Н. В. Ушаковой, А. Ф. Стрижовой (2009) и др.

Особый интерес со стороны исследователей к речи как важному фактору создания имиджа привел к формированию отдельного направления в языкознании – лингвоимиджологии, предметом изучения которой являются языковые механизмы создания имиджа. Данная отрасль, а также ее терминологический аппарат и понятийная база находятся на этапе становления.

Определение понятия *имидж* является центральной проблемой лингвоимиджологии. Одна из первых попыток определения термина *имидж* в лингвистике была предпринята Е. С. Кубряковой в работе «К определению понятия имидж» (2008), где автор рекомендует трактовать понятие имидж как совокупность ярких характерных концентрированных знаков, символов и представлений, закрепленных в ментальной структуре сознания.

Вслед за Т. В. Матвеевой, дается понятие имиджа как «образа лица, организации, вещи, осознанно создаваемого с целью достижения социального успеха, влияния в обществе», выстраиваемого «с позиций психологического воздействия» [Полный словарь лингвистических терминов, 2010, с. 124]. Имидж формируется, в частности, речью человека, отражающей задуманный образ.

Имидж как объект лингвистического анализа представлен в трудах О. С. Иссерс (1999), Е. В. Осетровой (2012), В. Н. Базылева (2000), Т. Н. Дорожкиной (1997), И. А. Стернина (2001, 2005), О. В. Булгаковой (2009, 2011, 2012), Л. В. Минаевой (2001, 2002), М. В. Катинской (2012), Г. М. Крутовой, Т. А. Присяжнюк (2010) и др. Дискурсивный подход к исследованию имиджа продемонстрирован в трудах К. В. Киуру (2005), А. Г. Блудовой (2005). Работы К. В. Киуру посвящены исследованию феномена политического лидерства, в частности разработке дискурс-типов политических лидеров, описывающих и формирующих самого политика, его кортеж и аудиторию. В ряде работ А. Г. Блудовой осуществлен дискурс-анализ имиджевых характеристик политика в PR-тексте.

В рамках лингвокогнитивного подхода выполнены труды О. А. Пономаревой (2008), анализирующей лингвокогнитивные и лингвокультурные механизмы воздействия политического имиджа, в том числе фреймовые трансформации и метафорические модели, а также труды И. А. Сушненко (2009), в которых предпринята попытка разработки универсальной методики анализа регионального имиджа, основанной на методах когнитивной лингвистики, и представлены лингвокогнитивные механизмы репрезентации имиджа региона.

Разрабатываются определенные аспекты моделирования имиджа, например стратегии и тактики в различных дискурсах: экономическом, научном, медиадискурсе (О. С. Иссерс (1999), О. В. Булгакова (2009, 2011, 2012)), оценка (М. В. Мухина (2013), Ю. Г. Лозовский (2009)) и др.

Предлагаемое исследование выполнено в русле формирующегося направления языкознания – лингвоимиджологии – и нацелено на исследование

имиджа и имиджевых ролей, формируемых посредством языка. Осуществляется анализ индивидуального имиджа, а именно внешнего имиджа политика, который в аспекте профессиональной деятельности может быть также назван политическим имиджем.

В основе работы лежат лингвокогнитивный и функциональный подходы, позволяющие смоделировать имидж политических деятелей с позиции представителей общества.

В разделе **1.2 «Имидж политического деятеля. Имиджевые роли»** проблематика имиджа рассматривается в политическом аспекте.

В связи с необходимостью достижения политических целей и задач представители современного политического дискурса демонстрируют такую особенность процесса общения, как персонификация личности, которая связана с социально-психологическими изменениями в обществе, вызванными влиянием научно-технического прогресса, научно-технической революции. Каждый политический деятель стремится к созданию уникального имиджа.

Другой особенностью современной коммуникации, наряду с персонификацией личности, является стереотипизация. Стереотипы необходимы для мышления, восприятия и понимания действительности.

Обращаясь к стереотипам, политик создает представление о действительности с позиции «наивного» сознания, которое служит основой формирования его имиджа и имиджевых ролей. **Имиджевая роль** понимается как *типовая модель поведения, принятая в социуме для определенных стандартных ситуаций, отражающая стереотипические представления общества.*

Имиджевым ролям присваиваются так называемые «ярлыки». В качестве «ярлыка» имиджевой роли выступает слово или словосочетание, воплощающее в себе стереотипные, базовые, наиболее значимые качественные характеристики, приписываемые политическому деятелю: *Патриот, Отличный семьянин, Мудрец, Провидец, Вождь, Сильная рука* и т. д., однако говорящий может также реализовывать дополнительные роли, делающие его имидж уникальным. В основе каждой роли лежит определенный семантический компонент, который проявляется во всех высказываниях, актуализирующих данную роль.

Разновидности имиджевых ролей и варианты их комбинирования не ограничены, поэтому наряду с наиболее распространёнными ролями (например, «патриот») каждый политик пытается выстроить уникальный имидж, подчеркивая свои «сильные стороны», и на их основе принимать ту или иную роль, которая впоследствии становится отличительной чертой, реализующейся в его поведении и речи. Каждая имиджевая роль выполняет тактическую задачу придания имиджу объемности, построения достоверной модели личности, поскольку одна роль не обеспечивает восприятие личности как реальной.

Имиджевые роли, как и имидж в целом, формируются при помощи разнообразных средств: особых тактик, стратегий, а также благодаря использованию каналов средств массовой информации. СМИ стирают дистанцию между политиком и народом. Более того, они часто выступают в качестве единственного информационного канала, формирующего

политический имидж. Одной из основных форм реализации массмедийного дискурса являются интервью, которые выделяются нами как отдельный способ создания имиджа политика и берутся в качестве материала для исследования.

В диссертационном исследовании имиджевые роли политического деятеля выявляются на основе доминирующих семантических компонентов, реализующихся в высказываниях. С учетом выявленных компонентов предложены «ярлыки» ролей, наиболее полно отражающие содержание роли и определенным образом характеризующие политика.

В разделе **1.3 «Имиджеобразующие возможности жанра интервью»** рассматривается интервью как сложное явление, существующее в современном информационном мире и представляющее собой одну из форм массмедиального дискурса.

Массмедиальный дискурс носит опосредованный характер, поскольку между адресантом и адресатом есть дистанция – пространственная и / или временная. В то же время данный тип дискурса сокращает эту дистанцию благодаря внедрению средств массовой информации в общественную жизнь.

Мы рассматриваем интервью в аспекте имиджелогии, а именно как источник исследования имиджа.

Интервью – один из самых распространенных жанров журналистики. Это связано с частотой использования данного жанра и с техникой его исполнения. С одной стороны, в современном мире поток информации, получаемый людьми, быстр и значителен, и современная журналистика направлена в большей степени на передачу информации, нежели на ее глубокий анализ. С другой стороны, интервью отличается активностью, простотой, оперативностью и актуальностью, которые привлекают внимание большого круга аудитории.

В данном исследовании **интервью** классифицируется как *многофункциональный жанр журналистики, представляющий собой разговор, беседу интервьюера с одной или несколькими социально значимыми личностями на актуальные темы, служащий одним из способов создания имиджа.*

В качестве особенности жанра интервью выделим его многофункциональность. Одной из важных функций интервью является то, что оно выступает как эффективный способ формирования имиджа разных представителей общества или организаций, а также как достоверный источник для исследования особенностей их речевого поведения, имиджевых ролей, структуры имиджа и средств его создания.

Речевое проявление имиджевых ролей политического деятеля рассматривается на материале различных видов интервью: интервью-диалогов, интервью-полилогов, индивидуальных, групповых и массовых интервью, материалов с пресс-конференций.

Поскольку интервью содержат вопросы, актуальные в современном мире, ответы на них участвуют в создании имиджа политика. Объем материала, собранного для проведения данного исследования, подтверждает значимость темы вооруженной борьбы, интерес к ней со стороны СМИ и общества.

В разделе **1.4 «Дискурсивно-когнитивные основы исследования имиджа в политической коммуникации»** в качестве одного из основных терминов в современной лингвистике и ряде других гуманитарных наук, предмет которых прямо или опосредованно предполагает изучение функционирования языка (лингвистики, литературоведения, семиотики, социологии, философии, этнологии и антропологии и др.), рассмотрен термин *дискурс*.

В современных исследованиях под дискурсом понимают речь в любых ее проявлениях (устная / письменная, динамическая / статическая) в совокупности с экстралингвистическими факторами ее существования (Макаров, 2003; Арутюнова, 1990; Алефиренко, 2012; Кронгауз, 2001; Силантьев, 2006; Прохоров, 2004; Полный словарь лингвистических терминов, 2010).

В основу типологии дискурса положен когнитивно-интерпретируемый уровень, тезаурусный уровень, а также более или менее устоявшаяся позиционно-ролевая структура, набор характерных типов деятельности (в соответствии с целями и предметом общения), уровень формальности, конвенциональности и ритуальности, кооперации и конфликта, единства и расхождения установок, пространственно-временной локализации, норм и порядка взаимодействия. Достаточно часто исследователи типологизируют дискурс по степени формализованности общения, а также по форме (устной или письменной) существования дискурса. Каждый тип дискурса отличается набором установок и требований, реализуемых в определенной социальной сфере.

Выделяются два типа дискурса: персональный (личностно-ориентированный) и институциональный (статусно-ориентированный). В первом случае говорящий выступает как личность, а во втором – как представитель определенного социального института.

Данная работа нацелена на исследование имиджа политика на материале интервью, а следовательно, находится на пересечении различных видов дискурса, а именно *политического* и *массмедийного*. Это *институциональные (статусно-ориентированные)* виды дискурса. Они строятся по определенному шаблону, но степень трафаретности может быть различной. И политический, и массмедийный дискурсы являются отражением всех процессов, происходящих в обществе, этим объясняется актуальность их исследования.

В отличие от таких социальных институтов, где типичной является коммуникация между отдельным гражданином и представителем института, которая носит двунаправленный, хотя и не равностатусный характер, в политическом дискурсе, наоборот, гражданин как личность, как отдельный член общества, вступает в коммуникацию с институтом достаточно редко.

Массмедийный дискурс проявляется благодаря включению в процесс коммуникации политика и народа средств массовой информации. Для обозначения такого особого сочетания дискурсов некоторые исследователи пользуются термином «политический медиа-дискурс». Однако мы разграничиваем данные типы дискурсов, и наиболее значимым в рамках исследования представляется роль политического дискурса, законам которого в большей степени подчиняется политическая коммуникация. Масс-медиа же рассматривается как фактор, значимый для функционирования политического дискурса.

Вслед за Е. И. Шейгал, политический дискурс рассматривается в широком смысле: *любые речевые образования, субъект, адресат или содержание которых относится к сфере политики* [Шейгал, 2000, с. 34]. Значимой характеристикой политического дискурса в настоящее время является то, что он пересекается с другими типами дискурса: юридическим, научным, массово-информационным, педагогическим, рекламным, религиозным, спортивно-игровым, бытовым, художественным и другими.

Структура политического дискурса может быть выделена по разным основаниям. С точки зрения *жанрового состава* политический дискурс имеет полевое строение, в центре которого находятся те жанры, которые в максимальной степени соответствуют основному назначению политической коммуникации – борьбе за власть (парламентские дебаты, речи политических деятелей, голосование). В периферийных жанрах происходит наложение характеристик разных видов дискурса, в особенности политического и масс-медиа дискурсов. Одним из таких жанров является *интервью с политиком*.

На сегодняшний день выделяются различные подходы к исследованию политического дискурса, одним из которых является когнитивный подход (Э. В. Будаев и А. П. Чудинов, Е. И. Шейгал и др.), в соответствии с которым речевая деятельность воспринимается как отражение существующей в сознании людей картины мира, как материал для изучения национальной, социумной и индивидуальной ментальности. В рамках данного подхода осуществляется анализ концептов политического дискурса.

Основу исследования составляет использование когнитивного и функционального подходов к анализу политического дискурса: одной из задач, поставленных в работе, является анализ средств вербализации концепта *Вооруженная борьба* в политической коммуникации и его роль в восприятии политического деятеля.

Наряду с многочисленными системообразующими признаками политического дискурса, значимым признаком в рамках исследования является *особая роль фактора масс-медиа*. Работа СМИ также вносит значительный вклад в моделирование имиджа политических деятелей – объекта нашего исследования. Вследствие этого в качестве материала для анализа лингвистического моделирования имиджа политических деятелей выступают их интервью, которые с точки зрения жанрового состава входят в структуру политического дискурса и отражают смежность политического и массмедийного дискурсов.

В данной работе в качестве значимого способа моделирования имиджа и имиджевых ролей политиков, анализ которых входит в задачи исследования, представлена вербализация концепта, который включает в себя логические признаки, компоненты научных, психологических, авангардно-художественных, эмоциональных и бытовых явлений и ситуаций.

Концепт *Вооруженная борьба* рассматривается как образование, имеющее смешанную структуру. С одной стороны, *Вооруженная борьба* – это концепт фреймового типа. Многие исследователи трактуют фрейм как род сложного концепта, отражающий представления стереотипных ситуаций. Исследуемый концепт рассмотрен как пропозициональная структура,

подразумевающая наличие взаимодействия, связей между всеми внешними событиями, объектами, явлениями и т. д. Фреймовая организация концепта *Вооруженная борьба* может быть схематически изображена на следующем рисунке (рис. 1):

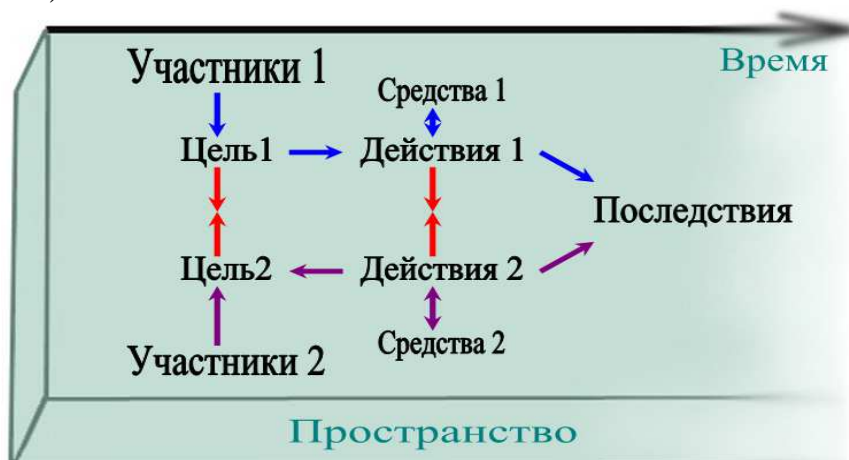


Рис. 1. Схема концепта «Вооруженная борьба»

Участники 1 и *Участники 2* – это противоборствующие стороны; *Цель 1*, *Действия 1* и *Средства 1* характеризуют сторону *Участников 1*; *Цель 2*, *Действия 2* и *Средства 2* – сторону *Участников 2*.

Структура исследуемого концепта является смешанной, поскольку его компоненты находятся в определенных отношениях и организованы по принципу лексико-семантического поля. Так, в работе дан анализ следующих лексико-семантических полей и особенностей их актуализации: «Участники вооруженной борьбы» (2.1), «Цели вооруженной борьбы» (2.2), «Действия участников вооруженной борьбы» (2.3), «Средства вооруженной борьбы» (2.4), «Время вооруженной борьбы» (2.5), «Пространство вооруженной борьбы» (2.6), «Последствия вооруженной борьбы» (2.7).

В разделе **1.5 «Метод полевого анализа: возможности лингвистического моделирования имиджа»** анализируются лексико-семантические поля, организующие концепт *Вооруженная борьба*. Лексические единицы, объединенные независимо от частеречного значения, включаются в поле на основе определенного интегрального признака – смысла, общего для всех слов поля.

В лексико-семантической системе традиционно выделяются иерархически организованные объединения: поля подразделяются на микрополя (подполя), внутри этих подполей могут выделяться лексико-семантические группы, далее подгруппы, отдельные парадигмы и т. п.

Исследователи лексико-семантических полей неоднократно отмечали пересекаемость указанных полей [Чудинов, 2003; Кронгауз, 2001 и др.], а также подполей и групп в их составе: между смежными лексико-семантическими объединениями крайне сложно установить отчетливую границу, очень часто обнаруживаются компоненты, которые по тем или иным основаниям можно отнести сразу к двум смежным полям или элементам поля.

Построение поля концепта представляет собой установление и описание совокупности языковых средств, номинирующих концепт и его отдельные признаки.

Структура поля может быть описана в терминах ядра и периферии (Кузнецова 1989; Стернин, 2001; Шмелев, 1973, Чудинов, 2003). Ядро и периферия отличаются по следующим признакам: 1) специфичность признаков (максимальная концентрация специфических признаков свойственна ядру, менее специфичные признаки – периферии); 2) функциональная нагрузка (максимальная для ядра и меньшая для периферии); 3) реализация (наибольший набор языковых средств служит для реализации ядерной зоны, второстепенная роль – при реализации периферии); 4) степень проявления / употребляемости (высшая для ядра и более низкая для периферии) [Sommerfeldt, 1984, с. 23].

Статус лексико-семантического поля в ходе представленной работы меняется. На первом этапе предметом исследования является способ концептуализации вооруженной борьбы в политической коммуникации, описанный методом лексико-семантического поля, который включает приемы контекстуального, компонентного, дефиниционного анализа. Выявляются средства вербализации концепта *Вооруженная борьба*, которые группируются в поля.

На втором этапе работы предметом анализа являются состав и реализация сформированных лексико-семантических полей в речи политика. Приемком компонентного анализа и на основе количественных данных исследуется структура каждого поля, определяются его ядерные и периферийные элементы.

В результате исследования реализации в политической коммуникации всех выделенных полей моделируется структура имиджа лидеров разных стран, определяются их имиджевые роли.

Полевой метод представляется эффективным для исследования содержания концепта в силу следующих свойств. Во-первых, лексико-семантическое поле является динамической структурой, не имеющей жестких границ для включения в его состав новых элементов и выхода единиц из него. Во-вторых, метод полевого анализа представляется подходящим для отражения структуры концепта, а также описания его признаков, являющихся основой моделирования имиджевых ролей политиков и формирования уникального имиджа.

Глава 2 «Анализ структуры концепта *Вооруженная борьба* в аспекте моделирования имиджевых ролей» посвящена исследованию концептуализации вооруженной борьбы в имиджевом аспекте на материале политического дискурса (интервью В. В. Путина); концепт *Вооруженная борьба* моделируется методом лексико-семантического поля; анализируются языковые средства, актуализирующие данный концепт, и выявляется их роль в формировании имиджа и имиджевых ролей политика.

В главе рассматриваются различные компоненты концепта *Вооруженная борьба*, проявляющиеся в речи российского лидера и участвующие в моделировании его имиджа. Так, во внимание принимается понятийная составляющая концепта (выявляются смыслы, входящие в концепт), образная составляющая (исследуется метафорическая репрезентация вооруженной борьбы), аксиологический компонент (языковые средства, выражающие оценку), стилистическая коннотация. В исследовании также учитываются темы, систематически сопровождающие вербализацию смыслов вооруженной борьбы в рамках каждого лексико-семантического поля.

Продемонстрируем методику исследования на примере лексико-семантического поля «Участники вооруженной борьбы», выделенного на материале интервью В. В. Путина. Субъекты и объекты вооруженной борьбы нашли отражение в высказываниях политика во множестве лексем (общее количество – примерно 90 единиц и около 400 словоупотреблений).

Участники борьбы делятся на две группы: агрессивная (враждебная, нападающая) сторона ↔ противостоящая агрессии, обороняющаяся сторона.

Инициатива борьбы исходит от враждебно настроенных участников: бандитов, террористов, сепаратистов, преступников, деструктивных сил, врагов, террористической организации, «скинхедов», фашиствующих элементов и т. д. Они входят в микрополе «Агрессоры».

Микрополе «Защитники» представлено следующими словами и словосочетаниями: граждане, люди, мы, армия, международные силы, народы, партнеры, Министерство обороны, миротворцы, мирное местное население, Россия, мир, всё человечество и т. д.

Кроме того, была выделена отдельная лексико-семантическая группа «Участники военных действий», к которой относится 58% всех единиц в рамках поля «Участники вооруженной борьбы» и которая входит как в микрополе «Агрессоры» (например, лексемы *враг, противник, захватчик*), так и в микрополе «Защитники» (лексемы *солдаты, бойцы, ветераны, союзник, партнеры, армия, миротворцы, пограничники, труженики тыла, защитник (Отечества)*).

Лексико-семантическое поле «Участники вооруженной борьбы» представляет следующая схема (рис. 2):



Рис. 2. Схема лексико-семантического поля «Участники вооруженной борьбы»

Количественный анализ микрополя «Агрессоры» показал, что слова *террорист* (около 18% случаев номинаций участников), *террористическая организация* (около 14%) и *бандит* (около 14%) являются наиболее частотными лексемами, номинирующими враждебно настроенных участников вооруженной борьбы и актуализирующими смысл террора, который также поддерживается другими репрезентантами поля: *Хусейн, банды, преступники, деструктивные силы* и др. Политик подчеркивает примитивность взглядов враждебных участников борьбы (*просто бандиты, тривиальные бандиты*), а также отсутствие системы общечеловеческих ценностей (семья, Родина и иные ценности). Например: *Это тривиальные наемники и бандиты. Про таких людей в Китае говорят, что они «готовы назвать своей матерью любую женщину, у которой есть молоко». Это люди без корней; Это просто бандиты* [Стенограмма «Прямой линии...», 2002].

Единицы, именующие агрессивных участников вооруженной борьбы, могут отражать ее характер (религиозный, территориальный и др.): *сепаратисты* (сторонники сепаратизма – стремления к отделению, обособлению), *религиозные фанатики* (борьба на почве религии), *экстремистские элементы* (приверженцы крайних взглядов и мер), *«скинхеды»* (представители молодежной субкультуры, носящей экстремистский характер, часто придерживающиеся нацистских и расистских лозунгов), *фашиствующие элементы* (крайне правое политическое движение диктаторского типа) и т. д.

В микрополе «Защитники» входит большинство репрезентантов лексико-семантической группы «Участники военных действий» (около 94% единиц). Среди лексем данной группы можно выделить ряд лексем с корнями *воен-* / *воин-* / *вой-*, например *военный (летчик, организация, пенсионеры, силы), войска, военные, военнослужащие, военачальники, воинские коллективы, воин: В среднем по всем категориям военнослужащих произойдет 20-процентное повышение. Но это только одна из проблем, которая волнует, как я знаю, военнослужащих. Вторая – это жилье* [Стенограмма «Прямой линии...», 2002].

Лексико-семантическая группа «Участники военных действий» включает слова и словосочетания, номинирующие не только участников реальных войн, но и тех, кто представляет собой военную структуру государства – потенциальных участников. В связи с этим большинство высказываний, в которых встречаются выделенные единицы, посвящены вопросам и проблемам военной организации Российской Федерации.

Наиболее часто употребляемой единицей является лексема *военнослужащий* (военная семантика заложена не только в значение, но и в формальную структуру), 21% случаев употребления репрезентантов исследуемого лексико-семантического поля «Участники вооруженной борьбы» в целом, и *армия* – 17%. Например: *После того как грузинская армия в ее нынешнем виде прекратила свое существование под ударами российских вооруженных сил, наши вооруженные подразделения, миротворцы, усиленные подразделениями российской армии, остались только в зоне безопасности, которая была определена в прежних международных соглашениях* [Интервью Председателя Правительства Российской Федерации В. В. Путина французской газете «Фигаро», 2008].

Частота обращения политика к потенциальным участникам военных действий объясняется нами тем, что в своих интервью В. В. Путин уделяет большое внимание проблеме военной подготовки и организации Российской Федерации. Это проявляется через употребление слов и словосочетаний, обозначающих чины, звания, должности, а также официальные государственные организации и структурные подразделения, фигурирующие в данной сфере: *Вооруженные Силы, Кремлевский полк, Министерство обороны, Генеральный штаб Российской армии, дивизия, бригада внутренних войск, спецназ, внутренние войска, офицеры, генералы, прапорщики, мичманы, лейтенант, прапорщики, сержанты, рядовой, рядовой состав, сержантский состав, командиры*. Таким образом политик выстраивает и демонстрирует конкретную структуру в военной сфере, а также освещает определенные достижения или, наоборот, проблемы / недостатки в функционировании и обеспечении данной структуры (или отдельной категории) чем-либо. Например: *Но самая главная проблема у нас сегодня – это, конечно, проблема обеспечения военнослужащих жильем: сегодня у нас 90 тысяч бесквартирных офицеров, прапорщиков, мичманов* [Стенограмма «Прямой линии...», 2001].

Благодаря наличию в микрополе таких репрезентантов, как «миротворцы» и «мирное местное население», актуализируется семантика мира.

Имидж политика, участвующего в военной подготовке государства, поддерживается использованием профессионализмов (*срочники, призывники, контрактники*), а также посредством вписывания себя в военную структуру государства при помощи ввода в контекст биографических данных и реализации имиджевой роли *Простой человек: [Я] был лейтенантом и начал получать первую свою заработную плату – 180 рублей* [Стенограмма «Прямой линии...», 2001].

Вербализация участников вооруженных действий сопровождается в интервью российского лидера темой национального и интернационального единства, темой объединения: *народы (иракский, афганский, Абхазии, Южной Осетии), люди, мир, всё человечество, мы* и др. Борьба, с точки зрения В.В. Путина, – это взаимодействие: в ситуации борьбы люди вынуждены защищаться и бороться объединившись. Например: *Именно поэтому мы объединяемся с другими странами мира в антитеррористическую коалицию, чтобы помогать друг другу противостоять этим угрозам, договариваться* [Стенограмма «Прямой линии...», 2002].

Значимую роль играет обращение политика к связанным между собой темам Родины и нации (*русский солдат, защитник Отечества*), а также темам памяти, благодарности и уважения к участникам войны. Данные темы реализуются преимущественно на лексическом уровне языка (притяжательные местоимения (*наши*), имена собственные (*Суворов*), прилагательные (*русский, российский*) и другие слова и словосочетания с семантическими компонентами 'Родина' (*Россия, Отечество*) или 'нация' (*русский*)). Тема Родины усиливается при помощи средств языковой изобразительности: эпитетов (*выдающиеся военачальники*), метафоры (*моральная основа*), синекдохи (*русский солдат*), лексических повторов и т. д. Такая репрезентация участников

вооруженных действий способствует моделированию имиджевой роли *Патриот* и формированию национальных ценностей аудитории.

Вербализация участников вооруженной борьбы способствуют моделированию семантической оппозиции «свой – чужой», которой посвящены работы многих современных исследователей. В речи В. В. Путина к «своим» относятся сотрудники, партнеры и др., а «чужими» представлены бандиты, террористы – все те, кто представляет собой угрозу для людей. Причем неприятие терроризма и его пособников передается метафорически. Например, в представленном ниже фрагменте интервью политик выражает негативное отношение к ним через физиологическую метафору: *Если бы мы априори обвинили какие-то государства в терроризме, мы бы просто перерезали пуповину возможных контактов с этими государствами* [Президент Российской Федерации Владимир Путин провел брифинг в Международном пресс-центре в Стрельне, 2006].

Репрезентация государственных и международных структур и организаций в качестве участников вооруженной борьбы (*армия, международные силы, Антитеррористический центр, правоохранительные органы, федеральные органы*) выявляет масштабность и уровень противостояния угрозам (борьба представлена на уровне государства, на международном уровне): *Но антитеррористическое направление взаимодействия более широко. Оно осуществляется между специальными службами, между министерствами обороны, между министерствами иностранных дел на международной арене* [Интервью индийскому телеканалу «Дурдаршан» и информационному агентству «Пи-Ти-Ай», 2007].

Таким образом, в интервью В. В. Путина используются разнообразные средства вербализации участников вооруженных действий. Ряд номинатов отражает характер борьбы (религиозный, территориальный и др.), другие репрезентанты поля называют участников военных действий (в большинстве случаев потенциальных). Миротлюбивые участники вооруженной борьбы характеризуются через семантику мира (*миротворцы, мирное население, мирные беженцы, мирные граждане* и др.) и семантику единства, выраженную собирательными существительными (*человечество, люди, народы, население* и др.). Риторическим приемом, наиболее часто используемым политиком, является метафора.

При анализе лексико-семантического поля «Участники вооруженной борьбы» и его реализации в интервью российского лидера были выявлены следующие имиджевые роли политика: *Патриот, Миротлюбивый политик, Политик, призывающий к объединению, Профессионал, Простой человек.*

Моделированию роли *Патриот* способствует обращение политика к теме Родины, а также темам памяти, благодарности и уважения к участникам войны, которые тесно связаны между собой. Такое представление участников вооруженных действий формирует национальные ценности у аудитории. Тема национального и интернационального единства, объединения против враждебных элементов отражает наличие имиджевой роли *Политик, призывающий к объединению.* В речи В. В. Путина к «своим» относятся сотрудники, партнеры и др., а «чужими» представлены бандиты, террористы, а

также все остальные, кто представляет собой угрозу для мирных людей. Так проявляется имиджевая роль *Миролюбивый политик*. Роль *Профессионал* была выделена на основании того, что политик использует лексику, принадлежащую сфере политики, наименования официальных подразделений, обеспечивающих государственную и международную военную организацию.

По представленной методике были проанализированы все выделенные лексико-семантические поля. В интервью российского лидера была отмечена реализация следующих имиджевых ролей: *Патриот, Защитник, Миролюбивый политик, Борец, Политик, призывающий к объединению, Сострадающий политик, Простой человек, Справедливый политик, Попечитель, Профессионал, Успешный политик, Современный политик*.

Глава 3 «Лингвистическое моделирование имиджа политического деятеля: сопоставительный аспект» посвящена определению специфики концептуализации вооруженной борьбы в речи В. В. Путина в аспекте моделирования имиджа. Данная специфика выявляется на фоне речевого имиджа лидеров США и Германии. В рамках главы проанализированы высказывания Дж. Буша и А. Меркель по модели, представленной в *главе 2*, описаны их имиджевые роли.

Так, при анализе лексико-семантического поля «Участники вооруженной борьбы» в речи политиков США и Германии так же, как и в речи российского лидера, выделяются два микрополя «Агрессоры» (*terrorists* ‘террористы’, *suicide bombers* ‘террористы-смертники’, *terrorist groups* ‘террористические группы’, *cold-blooded killer* ‘хладнокровный убийца’, *enemy* ‘враг, противник’ / *terrorist* ‘террорист’, *Attentäter* ‘злоумышленник, террорист’, *der Feind* ‘враг, противник’ и т. д.) и «Защитники» (*troops* ‘войска’, *agents* ‘представители’, *allies* ‘союзники’, *friend* ‘сторонник’ / *der Freund* ‘сторонник’, *die Soldaten* ‘солдаты’, *das Militär* ‘армия’, *die Bundeswehr* ‘вооруженные силы’, *die Sicherheitsbegleiter* ‘сотрудники службы безопасности’, *Truppen* ‘войска’, *Polizisten* ‘полицейские’ и др.). Большинство слов и словосочетаний было включено в микрополе «Защитники» на основе контекстуального анализа. Лексический состав микрополя является разнообразным и охватывает участников-профессионалов, противостоящих враждебно настроенной стороне, и участников, вынужденных сражаться.

В рамках микрополя «Агрессоры» определяющим является понятие террора, которое активно реализуется в речи Дж. Буша, А. Меркель. При вербализации микрополя «Защитники» в политической коммуникации часто используются слова и словосочетания, номинирующие государственные и международные структуры. Это демонстрирует масштабность противостояния угрозам (борьба на уровне государства, борьба на международном уровне), а также контроль функционирования упоминаемых структур со стороны политика. В большей степени это проявляется в интервью А. Меркель.

Анализ интервью Дж. Буша демонстрирует открытое, прямолинейное указание на врагов. Дж. Буш представляет их также слабыми и ничтожными. Кроме того, особенностью репрезентации враждебной стороны вооруженных действий со стороны политика является упоминание конкретных лиц (*Saddam Hussein, Osama bin Laden, Gaddafi*), которое сопровождается актуализацией

смыслов опасности и насилия посредством различных языковых и риторических средств, например метафоры (*ultimate parasite* ‘элементарный паразит’), перифраза (<...>. *In other words*, <...> / рус. <...>. *Другими словами*, <...>), синтаксического параллелизма (*We knew the fact that he* <...>. *We knew the fact that he* <...> / рус. *Мы знали, что* <...>. *Мы знали, что* <...>) и др.

К лексемам, наиболее часто используемым Дж. Бушем для номинации противостоящих участников борьбы, относится лексема *troops* ‘войска’, которая, будучи элементом таких словосочетаний, как *our troops*, *US troops*, актуализирует смыслы «Родина», «национальный». Описанный способ обозначения участников вооруженных действий создает имидж категоричного и резкого политика, но одновременно с тем и *Политика-патриота*, защищающего национальные интересы США.

Значительно реже представлено поле «Участники вооруженной борьбы» в речи А. Меркель, что является особенностью её речевого имиджа. Можно отметить лишь основные закономерности вербализации исследованного поля: смыслы опасности и насилия сопровождают репрезентацию агрессивных участников борьбы в интервью данного политика (преимущественно террористов), которым противостоят государственные структуры.

Таким образом, в результате анализа всех лексико-семантических полей, входящих в концепт *Вооруженная борьба*, отмечена реализация следующих имиджевых ролей политиков России, США и Германии (см. таблицу).

Имиджевые роли В. В. Путина, Дж. Буша, А. Меркель

Имиджевая роль	В. В. Путин	Дж. Буш	А. Меркель
<i>Патриот</i>	+	+	
<i>Представитель Европы</i>			+
<i>Защитник</i>	+	+	+
<i>Миролюбивый политик</i>	+	+	+
<i>Борец</i>	+	+	+
<i>Политик, призывающий к объединению</i>	+		+
<i>Сострадающий политик</i>	+	+	
<i>Простой человек</i>	+	+	
<i>Справедливый политик</i>	+	+	
<i>Попечитель</i>	+	+	+
<i>Профессионал</i>	+	+	+
<i>Успешный политик</i>	+	+	
<i>Современный политик</i>	+		
<i>Политик, утверждающий законность</i>		+	+

Ключевой ролью для В. В. Путина является роль *Патриот*. Она также характерна для Дж. Буша, уделяющего большое внимание защите, успехам и

благополучию своего государства. Канцлер Германии, в свою очередь, защищает интересы не своей страны, а Европы в целом, реализуя имиджевую роль *Представитель Европы*, частично пересекающуюся с ролями *Защитник*, *Миролюбивый политик*, *Попечитель*. В интервью А. Меркель не были выявлены случаи вербализации семантики смерти, крови. Все высказывания представляются достаточно сдержанными. Это отличает имидж канцлера Германии от имиджа политиков России и США.

По-разному проявляется в политической коммуникации имиджевая роль *Борец*. В речи лидеров России и Германии она подразумевает борьбу с различными угрозами. В интервью Дж. Буша указанная роль расширяется до ролей *Воин* и *Лидер*. Воинственность американского политика эксплицитно выражена в ряде высказываний и отражается на его имидже в глазах аудитории.

Имиджевая роль *Профессионал* реализуется политиками через использование лексических единиц, принадлежащих к политической сфере, вербализацию их обязанностей. В репрезентации лидера США она включает частную роль *Аналитик*.

Имиджевая роль *Успешный политик* формируется посредством актуализации разных смыслов в речи В. В. Путина и Дж. Буша. К проявлению данной роли мы отнесли упоминаемые российским лидером положительные результаты своей деятельности, а в высказываниях Дж. Буша – вербализацию семантики победы.

В отличие от В. В. Путина, политики США и Германии делают специальный акцент на законности действий, предпринимаемых в ходе вооруженной борьбы, благодаря чему моделируется роль *Политик, утверждающий законность*.

Имиджевые роли В. В. Путина, Дж. Буша и А. Меркель соотносимы с выделенными в работе факторами, участвующими в создании имиджа политика.

В **заключении** подводятся итоги проведенного исследования, намечаются перспективы развития научной темы.

Язык обладает значительными возможностями для выражения смыслов, которыми оперирует политик, и участвует в создании его имиджа, особенно при обращении к ключевым темам и дискурсообразующим концептам политики. Этим объясняется необходимость изучения способов создания имиджа в рамках лингвистики. Одним из жанров, обладающих имиджемоделирующим потенциалом, является жанр интервью, в рамках которого говорящий реализует различные имиджевые роли и воздействует на аудиторию.

Система ролей, составляющих имидж политика, формируется под воздействием множества факторов, зависящих от особенностей самого политического деятеля и требований социума. Наименование ролей осуществляется посредством «ярлыков», воплощающих в себе стереотипные, базовые, наиболее значимые характеристики, приписываемые политическому деятелю. Имиджевые роли политика выявляются на основе семантических компонентов, реализующихся в его высказываниях.

Одним из способов моделирования речевого имиджа и имиджевых ролей является вербализация концепта, смысловая наполненность которого в речи политика индивидуальна. Концепт *Вооруженная борьба*, являющийся концептом смешанного типа, отражает общие и специфические содержательные компоненты, актуализируемые политиком и участвующие в создании определенного имиджа. Имиджемоделлирующий потенциал данного концепта усиливается тем, что тема вооруженной борьбы является неизбежной для политической коммуникации и требует особого внимания как со стороны политиков, так и со стороны аудитории.

Метод лексико-семантического поля обеспечивает детальное изучение речевого имиджа и имиджевых ролей политических деятелей.

Введение сопоставительного анализа позволило выявить особенности моделирования имиджа разных субъектов, установить наиболее распространенные и специфические имиджевые роли политиков.

Проведенное исследование речевого имиджа может получить развитие в рассмотрении имиджа политических деятелей в гендерном аспекте, при изучении этноспецифики речи, а также при дальнейшем анализе концептуального моделирования имиджа в рамках разных типов концептов.

Работы, опубликованные по теме диссертации

Статьи в журналах, включенных в Перечень ведущих рецензируемых научных изданий, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией при Министерстве образования и науки Российской Федерации для опубликования основных научных результатов диссертаций:

1. Щитова, Д. А. Актуализация временной семантики в речи политика (на материале интервью В. В. Путина) / Д. А. Щитова // Вестник Томского государственного университета. – 2014. – № 382. – С. 39–43. – 0, 51 п.л.

2. Щитова, Д. А. Интервью как способ создания имиджа / Д. А. Щитова // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2012. – № 4 (20). – С. 146–153. – 0, 54 п.л.

3. Щитова, Д. А. Концепт «Борьба» в российском и американском политических дискурсах / Д. А. Щитова // Вестник Томского государственного университета. – 2012. – № 358. – С. 15–18. – 0, 4 п.л.

4. Щитова, Д. А. Типология имиджевых ролей в политическом дискурсе / Д. А. Щитова // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2012. – Т. 4, № 4 (52). – С. 238–242. – 0, 42 п.л.

Публикации в других научных изданиях:

5. Щитова, Д. А. Выразительные средства языка и их роль в создании имиджа политика / Д. А. Щитова // Лингвистика и межкультурная коммуникация : межвуз. сб. науч. студ. ст. – Томск : Ветер, 2009. – Вып. 3. – С. 73–75. – 0,41 п.л.

6. Щитова Д.А. Имидж политика и лексические средства его выражения // Д. А. Щитова // Мировая культура и язык: взгляд молодых исследователей : материалы IX российской науч.-практ. конф.-конкурса преподавателей,

аспирантов, студентов вузов и учащихся ст. кл. альтернативных учеб. заведений. – Томск : Изд-во Том. политех. ун-та, 2009. – Ч. 2. – С. 88–93. – 0,18 п.л.

7. Щитова, Д. А. Имиджеобразующий потенциал лексико-семантического поля «Вооруженная борьба» в политическом дискурсе [Электронный ресурс] / Д. А. Щитова // *Siberia_Lingua* : электронный научный журнал / Сибирский федеральный университет. – 2013. – № 3. – Режим доступа: http://ifiyak.sfu-kras.ru/images/1S_L_2013_3.pdf (дата обращения: 15.06.2014). – 0,5 п.л.

8. Щитова, Д. А. Категория времени и ее роль в формировании имиджа в политическом дискурсе / Д. А. Щитова // *Межкультурная коммуникация: теория и практика* : сб. материалов XIII Междунар. науч.-практ. конф. – Томск : Изд-во Том. политех. ун-та, 2013. – С. 161–166. – 0,3 п.л.

9. Щитова, Д. А. Концепт «Семья» как средство моделирования имиджа политического деятеля (на материале интервью российских и американских политиков) / Д. А. Щитова // *Лингвистические и культурологические традиции и инновации* : материалы междунар. науч.-практ. конф. – Томск : Изд-во Том. политех. ун-та, 2009. – Ч. II. – С. 298–303. – 0,18 п.л.

10. Щитова, Д. А. Основы моделирования имиджевой роли в политическом дискурсе / Д. А. Щитова // *Наука. Технологии. Инновации* : материалы Всерос. науч. конф. молодых ученых. – Новосибирск : Изд-во Новосиб. гос. тех. ун-та, 2012. – С. 598–601. – 0,23 п.л.

11. Щитова, Д. А. Ролевая структура имиджа политика / Д. А. Щитова // *Наука и образование* : материалы XIII Всерос. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых. – Томск : Изд-во Том. гос. пед. ун-та, 2009. – С. 131–135. – 0,26 п.л.

12. Щитова, Д. А. Роль синтаксиса в моделировании вербального имиджа политического деятеля / Д. А. Щитова // *Мировая культура и язык: взгляд молодых исследователей* : материалы IX российской науч.-практ. конф.-конкурса преподавателей, аспирантов, студентов вузов и учащихся ст. кл. альтернативных учеб. заведений. – Томск : Изд-во Том. политех. ун-та, 2009. – Ч. 1. – С. 145–149. – 0,43 п.л.

13. Щитова, Д. А. Семантическое поле как способ описания имиджа политика / Д. А. Щитова // *Актуальные проблемы литературоведения и лингвистики* : материалы X конф. молодых ученых. – Томск : Изд-во Том. гос. ун-та, 2009. – Вып. 10, т. 1 : *Лингвистика*. – С. 251–253. – 0,17 п.л.

14. Щитова, Д. А. Факторы формирования успешного вербального имиджа политика / Д. А. Щитова // *Актуальные проблемы литературоведения и лингвистики* : материалы XIII Всерос. конф. молодых ученых. – Томск : Изд-во Том. гос. ун-та, 2012. – С. 290–295. – 0,31 п.л.

Подписано в печать 30.09.2014 г.
Формат А4/2. Ризография
Печ. л. 1,5. Тираж 100 экз. Заказ № 11/09-14
Отпечатано в ООО «Позитив-НБ»
634050 г. Томск, пр. Ленина 34а