

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ РЕЧЕВОГО ИМИДЖА*

Е.Ю. Медведев

Кафедра общего и русского языкознания
Филологический факультет
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

Статья посвящена вопросу формирования речевого имиджа. Рассматривается значение речевого воздействия как имиджформирующего компонента.

Ключевые слова: имидж, речевой имидж, пропозициональная составляющая, процессуальная составляющая, языковая личность, речевое воздействие, интервью, сценарий.

Тема настоящей работы была сформулирована в русле проблематики научного семинара кафедры русской филологии Казахского национального университета имени аль-Фараби.

Субъектом исследования была выбрана шоу-дива Ксения Собчак. Исследование велось в двух направлениях: 1) были проанализированы научно-теоретические вопросы, определяющие лингвистическую сущность речевого имиджа, 2) с применением сценарного подхода проработано значительное количество интервью с Ксенией Собчак на предмет выявления механизмов формирования ее имиджа.

Изучением проблемы формирования имиджа наука занимается сравнительно недавно. Этот вопрос в основном исследуют психологи и социологи (А.Ю. Панасюк, В.М. Шепель, Г.Г. Почепцов и др.) [1—3]. Имидж — это «сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа эмоционально окрашенный образ кого-либо или чего-либо» [4]. Образ публичного человека, представленный в «концентрированном» виде, направляет сознание адресата в нужное русло, что является абсолютно сознательной работой, особенно в том случае, когда «правильный» имидж — часть профессионального успеха: это спорт, политика, кино, бизнес [3].

Важнейшим элементом формирования личностного имиджа является речевое поведение человека.

Существенным результатом настоящего исследования стало определение пропозициональной и процессуальной составляющей речевого имиджа.

Определение пропозициональной содержательной компоненты речевого имиджа базируется на понятии «языковая личность» [5; 6]. Языковая личность — это совокупность индивидуальных и неиндивидуальных, социально обусловленных черт. Это, на наш взгляд, и является пропозициональной составляющей (исходными данными) речевого имиджа.

* Рец.: проф. О.И. Валентинова (РУДН); доц. Т.В. Василёва (МАРХИ (у)).

По Ю.Н. Караулову, языковая личность представляет собой трехуровневую модель: 1) вербально-семантический уровень, в котором исследователя интересует традиционное описание формальных средств выражения определенных значений; 2) когнитивный уровень, единицами которого являются понятия, идеи, концепты, складывающиеся у каждой языковой индивидуальности в «более или менее семантизированной картину мира», этот уровень языковой личности охватывает интеллектуальную ее сферу и через язык, через процессы говорения или порождаемые языковой личностью тексты; 3) прагматический уровень, в котором заключены цели, мотивы, интересы и установки языковой личности: этот ее уровень позволяет оценить речевую деятельность создателя текста и через нее осмыслить реальную действительность, отраженную в дискурсе языковой личности.

Так, Н.И. Гайнуллина отмечает, что «каждая конкретная языковая личность начинается с когнитивного и затем прагматического уровней, поскольку именно там она неповторима в своем проявлении на субъективном, индивидуальном уровне коммуникации» [7].

Для языковой личности характерен определенный словарь, использующийся с той или иной степенью частотности, который заполняет абстрактные синтаксические конструкции. И если сами эти конструкции являются типичными для данной языковой группы, то лексикон (слова), тезаурус (обобщенные понятия-концепты) и прагматикон (коммуникативно-деятельностные потребности) индивида могут иметь характер имиджформирующей информации, в первую очередь указывать на принадлежность человека к определенному социальному слою общества, его образованность, характер, возраст, пол и т.д.

Процессуальная составляющая речевого имиджа, согласно нашему анализу, представляет собой личность коммуникативную (речевую). Иными словами, это языковая личность в реальном общении, где проявляется индивидуальность языковой личности. Под коммуникативной личностью подразумевается человек, готовый производить речевые действия, которые характеризуются по различным параметрам, как, например, правильность, лексический запас, умение не только создавать, но и воспринимать высказывания собеседников в соответствии с внутренним планом речевого поступка, используемые выразительные средства языка в области фонетики, грамматики, лексики, соответствие сфере общения и речевой ситуации языковых средств, соответствие текста содержательным и коммуникативным задачам, положенным в его основу. Эти задачи решаются с помощью использования приемов речевого воздействия, т.е. специфических психологических, прагматических и семиотических действий со стороны воздействующего субъекта, направленных на достижение его непосредственных иллюкативных целей и контроль над речевой ситуацией.

Поскольку индивидуальность языковой личности проявляется в процессе реального общения, необходимо разобраться и с понятием «речевое воздействие», которое представляет собой как бы приглашение к диалогу. Это то, что является движущей силой диалога. А.Н. Баранов и Г.Е. Крейдлин обозначают его термином «иллюкативное вынуждение» [8].

Весомый вклад в решение этого вопроса внесла работа Е.В. Шелестюк «Речевое воздействие: онтология и методология исследования» [9]. Автор понимает термин «речевое воздействие» как влияние, которое субъект речи оказывает на адресата, используя лингвистические, паралингвистические и нелингвистические символические средства в процессе коммуникации. Речевое воздействие характеризуется особыми намерениями говорящего, направленными на изменение категориальных структур сознания собеседника, преобразование личностного смысла какого-либо объекта для собеседника, изменение психического состояния, поведения или же психофизиологических процессов.

Эти намерения, по Е.В. Шелестюк, осуществляются посредством решения адресантом некоторых задач, таких, как преодоление защитного барьера собеседника, «навязывание» тех или иных образов и мыслей, эмоций и установок.

Таким образом, мы попытались кратко отразить сугубо лингвистические категории «языковая личность» и «коммуникативная личность» в структуре формирования имиджа, проблеме, находящейся на стыке психологии, социологии и лингвистики. Степень влияния индивидуального речевого поведения личности на ее оценку аудиторией (т.е. на формирование имиджа) зависит от выбора тех или иных коммуникативных стратегий, тактик и языковых средств.

Итак, речевой имидж (в нашем понимании) — это возникшее в обществе мнение о языковой личности через восприятие ее стратегий коммуникативного поведения, репрезентирующих мировоззренческие и личностные качества посредством текстовых и идиостилевых средств.

Разработанный нами сценарий интервью позволил проанализировать значительное количество текстового материала и описать систему средств, вовлеченных в формирование речевого имиджа публичного человека.

Интервью — это жанр публицистики, представляющий собой беседу журналиста с одним или несколькими лицами по вопросам, имеющим актуальное общественное значение. Подразделяется на два вида: интервью-сообщение, преследующее главным образом информационную цель, и интервью-мнение, в котором комментируются известные факты и события.

В тексте интервью различаются информативно-содержательная сторона («что сообщается») и формальная («как оформлено содержание»). Информативно-содержательная сторона, в свою очередь, тоже распадается на две составляющие: передача факта и сообщение отношения говорящих к предмету коммуникации. Успех коммуникации главным образом зависит от выбора интонации, лексики и т.д.

Таким образом, интервью как публицистический жанр дает большие возможности для проявления в тексте языковой личности, и, следовательно, является важным средством создания речевого имиджа, который формируется путем использования тех или иных коммуникативных тактик в процессе интервью. В ходе беседы проявляются скрытые стратегии (в виде планов) и открытые стратегии (в виде тактик). Каждой цели и тактике соответствует набор особых речевых маркеров. Интервьюер и его собеседник реализуют свою неповторимую речевую

индивидуальность с помощью выбора языковых единиц в рамках каждой тактики. И происходит это, как нам представляется, по определенному сценарию, схему которого мы и предложили в настоящей работе.

Сценарий представляет собой результат интерпретации текста, когда ключевые слова и идеи текста создают тематические («сценарные») структуры, которые извлекаются из памяти на основе стандартных, стереотипных значений.

Рассмотрим сценарий имиджформирующего интервью:

- 1. Повод для интервью (у кого берут интервью);**
- 2. Временной параметр (когда проводилось интервью);**
- 3. Географический параметр (где проводилось интервью);**
- 3(а). Экономический параметр (выбор места проведения интервью);**
- 4. Логические фокусы:**
 - 4.1. Тема,**
 - 4.2. Обсуждаемая проблема,**
 - 4.3. Способы речевого воздействия:**
 - 4.3.1. Способы речевого воздействия журналиста,
 - 4.3.2. Способы речевого воздействия интервьюируемого,
 - 4.4. Коммуникативные тактики и приемы:**
 - 4.4.1. Коммуникативные тактики и приемы журналиста,
 - 4.4.2. Коммуникативные тактики и приемы интервьюируемого,
 - 4.5. Система актов речи:**
 - 4.5.1. Система актов речи журналиста,
 - 4.5.2. Система актов речи интервьюируемого,
 - 4.6. Языковые средства:**
 - 4.6.1. Языковые средства журналиста,
 - 4.6.2. Языковые средства интервьюируемого,
- 5. Вывод. Сформированное мнение у аудитории об интервьюируемом.**

На первый взгляд может показаться, что определение повода, места и времени проведения интервью не относится к нашей проблеме. Однако все эти факторы, во-первых, обуславливают выбор соответствующих ситуации языковых средств, а во-вторых, это косвенно обозначает ключевые моменты в образе героя интервью, тем самым как бы указывая читателям направление формирования его имиджа.

В ходе анализа интервью с Ксенией Собчак были выявлены следующие особенности ее речевого поведения.

В репертуаре тем интервью Ксении Собчак наиболее частотными являются вопросы ее работы и карьеры на телевидении, взаимоотношения с людьми, личная жизнь.

Ведущим способом речевого воздействия является убеждение. А главная коммуникативная тактика — позитивная саморепрезентация вплоть до самовосхваления, самореклама и игра на популярности, фасцинация (использование притягательности), например:

«Я, как и многие профессионалы в области телевидения, ориентируюсь на цифры», «...журнал с моей обложкой продается лучше, чем любой другой», «Мы можем

взять любую программу, где я появляюсь... и статистика покажет, что цифры их аудитории всегда будут в разы выше, чем у других», «Любой другой персонаж моего медийного уровня и популярности не будет тратить столько времени и сил на то, чтобы поднимать новый канал», «...беру то, что есть, и делаю из этого максимум», «Могу сказать, что я в этой стране одна из лучших телеведущих, что видно по практике».

Часто используется тактика воздействия с помощью рассказа о собственном опыте:

«У меня никогда не было „возьмите все на блюдечке и съешьте“, как многие считают», «Я всю свою карьеру делала сама», «Никто не помогал. Никакая мама. Ни у кого я не просила», «...я могла, наверное, чем-то воспользоваться, но это всегда было ниже моего достоинства», «...если бы я сразу начала карьеру на федеральном канале, с достойной программой, правильной с имиджевой точки зрения... тут я понимаю, можно обвинить человека, что его пропихнули... но это же не так! Я начала, извините, с канала ТНТ, с одиозного и неоднозначного шоу».

Регулярно используется и гармонизирующая стратегия «подчеркнутое уважение или псевдоуважение», направленная на сближение с оппонентом:

«Это его точка зрения. Нужно уважительно к ней относиться».

Также в текстах интервью находит отражение и оппозиция «Я и Другой». Ксения Собчак подчеркивает свою принадлежность к высокому социальному классу, противопоставляя себя «большинству»:

«Для меня „Дом 2“ — реальная возможность общаться с моими ровесниками совершенно другого социального уровня, с которыми я никогда в жизни, ни при каких обстоятельствах не столкнусь. Может быть, мы хотим жить в другом обществе и с другими людьми, но мы живем с такими. И их в нашей стране большинство. И для меня важно их понимать».

Обычно когда Ксения Собчак хочет выразить негодование, она использует нормативную лексику, иногда даже книжной стилиевой окраски, например: *развратница, праведница, символ легковесности*. Иногда возвышенная лексика сочетается с ярко выраженными просторечиями, сравните: *пройдоха, клейма ставить негде*. Такое сочетание слов в пределах одного высказывания обычно встречается в тех случаях, когда Ксения Собчак подчеркивает свое отношение к происходящему как к чему-то, не уместяющемуся в рамки здравого смысла.

Итак, речевой имидж представляет собой трехкомпонентную структуру: «языковая личность — индивидуальное речевое поведение — мнение аудитории как результат оценки коммуникативной личности». Формирование речевого имиджа включает в себя два базовых параметра: пропозициональный (языковая личность) и процессуальный (реализация языковой личности в реальном общении, где проявляется индивидуальность).

Формирование речевого имиджа предполагает оценку эффективности коммуникативных поступков языковой личности путем рассмотрения их сквозь призму целенаправленного или произвольного воздействия на реципиентов. Одним из инструментов воздействия являются тексты интервью.

Речевой имидж публичного человека формируется по определенной модели: «языковая личность → коммуникативная личность (языковая личность, реализованная в конкретном речевом действии) → возникновение мнения у аудитории об объекте».

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Панасюк А.Ю.* Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. — М.: Омега-Л, 2009.
- [2] *Шепель В.М.* Имиджелогия. Как нравиться людям: учебное пособие. — М.: Народное образование, 2002.
- [3] *Почепцов Г.Г.* Имиджелогия. — 2-е изд. — М.: Рефл-Бук Ваклер, 2002.
- [4] Психология. Словарь. — М., 1990.
- [5] *Караулов Ю.Н.* Русский язык и языковая личность. — М.: Наука, 1987.
- [6] *Караулов Ю.Н., Красильникова Е.В.* Предисловие. Русская языковая личность и задачи ее изучения // *Язык и личность*. — М.: Наука, 1989. — С. 3—18.
- [7] *Гайнуллина Н.И.* Языковая личность Петра Великого (Опыт диахронического описания). — Алматы: Казак университети, 2002.
- [8] *Баранов А.Н., Крейдлин Г.Е.* Иллокутивное вынуждение в структуре диалога // *Вопросы языкознания*. — 1992. — № 2.
- [9] *Шелестюк Е.В.* Речевое воздействие: онтология и методология исследования: Дисс. ... докт. филол. наук. — Челябинск, 2009.
- [10] Материалы газеты «Новая газета», журналов «Имена», «Time Out Петербург».

ON THE TOPIC OF SPEECH IMAGE FORMATION

E.Yu. Medvedev

The General and Russian Linguistics Department
Philological Faculty
People's Friendship University of Russia
Miklukho-Maklay str., 6, Moscow, Russia, 117198

The article deals with the topic of the formation of speech image, it treats the importance of speech impact on the image-making component.

Key words: image, speech image, propositional constituent, process constituent, language personality, speech impact, interview, scenario.

REFERENCES

- [1] *Pansyuk A. Yu.* Formirovaniye imidzha: strategiya, psikhotekhnologii, psikhotekhniki. — М.: Омега-Л, 2009.
- [2] *Shepel V.M.* Imidzhelogiya. Kak nravitsya ludyam: uchebnoye posobiye. — М.: Narodnoye obrazovaniye, 2000.

- [3] *Pocheptsov G.G.* Imidzhelogiya. 2-e izd. — M.: Refl-Buk Vakler, 2002.
- [4] *Psikhologiya. Slovar.* — M., 1990.
- [5] *Karaulov Yu.N.* Russkiy yazik i yazikovaya lichnost. — M.: Nauka, 1987.
- [6] *Karaulov Yu.N., Krasilnikova E.V.* Prdisloviye. Russkaya yazikovaya lichnost i zadachi yeyo izucheniya // *Yazik i lichnost.* — M.: Nauka, 1989. — S. 3—18.
- [7] *Gaynullina N.I.* Yazikovaya lichnost Petra Velikogo (Opyt diakhronicheskogo opisaniya). — Almaty: Kazak universiteti, 2002.
- [8] *Baranov A.N.* Illokutivnoye vynuzhdeniye v structure dialoga // *Voprosy yazikoznaniya.* — 1992. — № 2.
- [9] *Shelestyuk E.V.* Rechevoye vosdeystviye: ontologiya i metodologiya issledovaniya: Diisertatsiya ... doktora filol. nauk. — Chelyabinsk, 2009.
- [10] Materualy gazety “Novaya gazeta”, zhurnalov “Imena”, “Time Out Peterburg”.