

Максименко Ангелина Дмитриевна
студент 4 курса факультета межкультурных
коммуникаций
Минского государственного
лингвистического университета,
г. Минск, Беларусь

Maximenko Angelina
4-th year student of the Faculty
of Intercultural Communication
of Minsk State Linguistic University
Minsk, Belarus
maximenko.2003@mail.ru

ЯЗЫКОВЫЕ И НЕЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ИМИДЖА УСПЕШНОГО ЧЕЛОВЕКА

Аннотация: В статье анализируются особенности вербальной и невербальной репрезентации имиджа успешного человека в англоязычных СМИ на примере деятельности известного американского предпринимателя, изобретателя, политика Илона Маска. Выделяются ключевые средства, используемые для этой цели.

Ключевые слова: имидж; Илон Маск; СМИ; успешный человек; языковая репрезентация; языковые средства.

LINGUISTIC AND NONLINGUISTIC MEANS OF REPRESENTING THE IMAGE OF A SUCCESSFUL PERSON

Abstract: The article analyzes the features of verbal and non-verbal representation of the image of a successful person in the English-language media on the example of the activities of the famous American entrepreneur, inventor, politician Elon Musk. The key means used for this purpose are highlighted.

Key words: image; Elon Musk; media; successful person; linguistic representation; linguistic means.

Большая роль в формировании имиджа известного человека отводится средствам массовой информации. Отнесение известного индивида к положительному или отрицательному типу во многом зависит от того, как он или она представлены в той или иной статье, репортаже, публикации и соответствующем источнике. Авторы публикаций, журналисты, блогеры, аналитики, публицисты прибегают к разнообразным лингвистическим средствам языка для репрезентации имиджа человека, что можно рассмотреть на нескольких уровнях: синтаксическом, морфологическом, лексическом и стилистическом.

Наиболее подходящим средством актуализации имиджа в медийном дискурсе на синтаксическом уровне, т. е. уровне словосочетаний и предложений, представляется актуальное членение предложения. Под ним понимается членение предложения, существенное в определенном контексте или ситуации, которое предполагает выделение темы и ремы. Под темой понимается предмет высказывания; обычно она содержит то, о чем известно. Рема – это то, что утверждается (предикат мысли). Как правило, она соотносится с той информацией, о которой в текущем высказывании еще не говорилось. Средствами, которые позволяют определить актуальное членение предложения в английском языке, являются порядок слов, различные конструкции, артикли, частицы, а также интонационное выделение [1].

В качестве примера можно привести фрагмент из статьи об Илоне Маске в журнале для предпринимателей CIO Look: *The open mindset of big thinking is one of the prime factors of his success*. ‘Одним из главных факторов его успеха является открытый образ мышления’ [2]. В данном случае к теме (известному) отнесем: *the*

open mindset of big thinking; к реме (новому, важному) *is one of the prime factors of his success*. Это можно понять, обратив внимание на местоимение *one*: местоимение *one* помогает конкретизировать, что из множества факторов успеха речь идет об одном конкретном – *the open mindset of big thinking*.

На морфологическом уровне, важным средством является временная организация текста (использование глагольных форм, а также конструкций, указывающих на значение времени), использование прилагательных в сравнительной и превосходной степени. Например: *the greatest leader on Earth* ‘величайший лидер Земли’; *the most influential businessmen of today* ‘самые влиятельные бизнесмены современности’; *one of the most advanced, highly efficient, and luxurious electric vehicles* ‘один из самых современных, высокоэффективных и роскошных электромобилей’.

Для актуализации имиджа на лексическом и стилистическом уровнях значимо использование метафор, эпитетов, сравнений, повторов [3, с. 11]. Например: *Talking about the modern day influential entrepreneur whose tweet can create a whirlpool in the markets across the nation, Elon Reeve Musk is the world-renowned American business tycoon and investor having numerous businesses in various modern sectors*. ‘Если говорить о современном **влиятельном предпринимателе**, чей твит может **создать водоворот** на рынках по всей стране, то Илон Рив Маск – всемирно известный американский **бизнес-магнат и инвестор**, имеющий множество предприятий в различных современных отраслях’ [2].

В данном фрагменте используется метафора (*a whirlpool in the markets*), что подчеркивает мощь и непредсказуемость реакции рынка на слова Маска. Кроме того, можно заметить использование эпитетов (*modern day, influential entrepreneur*), которые подчеркивают актуальность деятельности и современность предпринимателя, его значимость.

Ю. Г. Лозовский предлагает языковую модель имиджа человека, которая отражает те важные качества, характеристики и черты, которые лежат в основе формирования имиджа личности. Среди наиболее значимых характеристик автор выделяет визуальную, индивидуально-личностную, социальную и символическую составляющие [4].

Визуальная характеристика человека связана с его внешностью – одной из основных составляющих имиджа. Это объясняется тем фактом, что люди в первую очередь составляют первое впечатление о человеке исходя из его внешности. А наличие в массовом сознании представлений о связи между психическими особенностями индивида и определенными чертами его внешности лишь усиливает эффект.

Для характеристики внешности индивида часто используется общеоценочная лексика (чаще всего это прилагательные и существительные), тропы (метафоры, эпитеты), а также такое синтаксическое средство выразительности, как сравнительные обороты. Например: *Elon Musk was dressed like a caricature of mid-century rogue masculinity: in a leather flight jacket with a fur-lined collar*. ‘Илон Маск был одет в кожаную летнюю куртку с меховым воротником и походил **на карикатуру** на мужественного плута середины века’ [5].

В этом случае был использован сравнительный оборот (*dressed like a caricature of*). Кроме того, слово *caricature* ‘карикатура’ имеет негативную коннотацию.

Визуальную характеристику человека можно подразделить на: общую первоначальную характеристику внешнего вида человека; характеристику отдельных аспектов внешности человека и физического облика; характеристику внешнего вида посредством указания на особенности одежды, ее деталей.

Под общей первоначальной характеристикой внешности человека понимается эмоциональная оценка, субъективное представление журналиста, которое сложилось у него о той или иной личности. С этой целью может быть использована общеоценочная лексика, выражающая положительную или отрицательную оценку. Возвращаясь к вышеприведенному примеру, можно сделать вывод о том, что журналист негативно настроен по отношению к Илону Маску: *Elon Musk was dressed like a caricature of mid-century rogue masculinity: in a leather flight jacket with a fur-lined collar*. 'Илон Маск был одет в кожаную летную куртку с меховым воротником и походил на карикатуру на мужественного плута середины века'. Об этом нам говорит слово *caricature* 'карикатура', имеющее негативную окраску. Оно указывает на некую насмешку автора. Об этом свидетельствуют и другие слова, несущие негативную оценку: *fussy* 'суетливо', *ridiculous* 'нелепо', использованные в указанной статье.

За общей первоначальной характеристикой следует характеристика отдельных аспектов внешности человека и его физического облика. На данном этапе внимание уделяется чертам лица, фигуре, росту, телосложению, осанке, походке и т. д. При этом такая оценка во многом субъективна и базируется на стереотипах и существующих в обществе представлениях об эталоне красоты. Особенно сильно это выражается при оценке черт лица. Характеристика внешнего вида может также производиться посредством указания на особенности одежды, ее деталей. Чаще всего это происходит с помощью сравнения одежды человека с нормой, указания на то, насколько она уместна в той или иной ситуации.

Еще одной важной характеристикой, лежащей в основе формирования имиджа личности, является индивидуально-личностное описание человека. Если оценка внешности помогает сформировать общее представление о том или ином человеке, то индивидуально-личностная характеристика помогает создать более проработанный имидж, добавить ему глубины. Важной составляющей данного типа характеристики являются черты характера. Для их описания часто используются языковые единицы, которые соотносятся с одобряемыми или не одобряемыми обществом явлениями, признаками, действиями. Для их обозначения могут быть использованы не только прилагательные и существительные, но также образные средства (например, метафоры). Многие из них настолько часто используются в СМИ, что успели превратиться в клише: *The Iron Lady* 'Железная леди', *iron will* 'железная воля', обращаясь к образу премьер-министра Великобритании Маргарет Тэтчер (1979–1990 гг.).

Еще одна группа черт характера отражает нравственные качества человека, то есть его отношение к другим людям и самому себе. Для оценки личностных качеств человека используются слова и выражения, которые указывают, в какой степени поведение и поступки человека соответствуют нормам морали и этики. Для оценки этого типа характерно отрицание негативных качеств человека, что как бы выделяет его положительные стороны. Умственные способности человека, уровень его интеллекта является одной из основных личностных характеристик. С целью их выделения могут быть использованы, например, прилагательные (*intelligent, smart, wise, brilliant, sharp-witted*). Психическое и физическое здоровье также является важным фактором привлекательности личности. Образ здорового и энергичного человека с большей долей вероятности будет ассоциироваться с успехом. Средствами, используемыми для описания психического и физического здоровья, являются антонимичные прилагательные (*здоровый – нездоровый, больной, а также бодрый – уставший*).

В связи с предвыборной гонкой в США, в новостной ленте появлялись статьи о состоянии здоровья кандидатов в президенты. О Джо Байдене, например, узнаем следующее: *Joe Biden looks tired and exhausted* 'Джо Байден выглядит уставшим и измученным'. Важную роль играет отсутствие у человека вредных привычек. Это может передаваться посредством использования формы глаголов с отрицанием. Например, для того чтобы подчеркнуть, что человек ведет трезвый образ жизни, может быть использовано *he doesn't drink* 'он не пьет'. Описание манеры, стиля общения и поведения человека, того, как он проявляет себя в тех или иных ситуациях, его способности четко излагать свои мысли – все это также является неотъемлемой частью индивидуально-личностной характеристики человека.

Социальная характеристика человека подразумевает оценку его возраста, материальной обеспеченности, места рождения и т. д. Часто при описании характеристик данной группы используется оценочная лексика, а также образные средства (метафоры), сравнения и сопоставления. Например, описывая материальное положение Илона Маска, журналисты используют различные выражения с прилагательными в превосходной степени сравнения: *the world's richest person* 'самый богатый человек в мире', *one of the most successful and powerful influencing business leaders* 'один из самых успешных и влиятельных бизнес-лидеров' и т. д.

Символическая характеристика человека связана с использованием технологии мифологизации. Суть ее заключается в том, что имидж человека выстраивается в соответствии с выбранным для него мифом. Выделяют, например, следующие образы: «спаситель» – чистый, непогрешимый и бескорыстный, он действует на благо всего человечества; «герой-победитель», ассоциирующийся с такими качествами как мужественность, сила, смелость, отвага; «защитник», в одиночку выступающий против «зла» – преступного режима, власти и т. д.; «учитель», для которого характерны такие качества, как мудрость, рассудительность. Языковые средства, выбранные для описания подобного образа, будут использованы для создания полностью соответствующего ему стилистического имиджа [4].

Таким образом, для репрезентации имиджа человека, происходящей на синтаксическом, морфологическом, лексическом и стилистическом уровнях языка, используют разнообразные языковые средства. При этом наиболее частотными из них, как можно судить из примеров, являются существительные и прилагательные, глаголы действия, эпитеты, метафоры, лексические и синтаксические повторы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Магомедова, М. Тема и рема в русском и английском языках / М. Магомедова, Л. Гаджиева, Р. Мухудаева // Известия ДГПУ. – 2015. – №3. – С. 46–48.
2. What makes Elon Musk a successful entrepreneur? // CIO Look [Electronic resource]. – 2022. – Mode of access : <https://ciolook.com/what-makes-elon-musk-a-successful-entrepreneur/>. – Date of access : 18.02.2025.
3. Булгакова, О.В. Лингвистическое моделирование имиджа в экономическом издании (на материале приложения «Бизнес» к газете «Красное знамя») : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / О.В. Булгакова ; Том. гос. ун-т. – Томск, 2009. – 23 с.
4. Лозовский, Ю.Г. Языковые средства имиджа известной личности (на материале СМИ Приморского края) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Ю.Г. Лозовский ; Дальневост. гос. соц.-гум. академ. – Владивосток, 2009. – 22 с.
5. Tashjian, R. Elon Musk's masculine costume / R. Tashjian // The Washington Post [Electronic resource]. – 2023. – Mode of access : <https://goo-gl.com/ztU>. – Date of access : 19.02.2025.