(cc) BY

Поряднева Виктория Викторовна

магистр, учитель

МАОУ «СОШ №78»

г. Кемерово, Кемеровская область

СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ МАНИПУЛИРОВАНИЯ СОЗНАНИЕМ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация*: статья направлена на исследование особенностей реализации различных коммуникативных приёмов в речи российского президента В.В. Путина. Актуальность исследования обусловлена значительной ролью, которую играет политическая коммуникация в формировании общественного сознания. Объектом исследования выступают стратегии и тактики манипулирования сознанием в политической коммуникации. На материале телепередачи «Прямая линия с Владимиром Путиным» анализируются доминирующие речевые приёмы, используемые президентом в публичных выступлениях. «Прямая линия» представляет собой новый формат диалога власти и общества, во время которого первое лицо государства отвечает на вопросы граждан своей страны. Гипотеза исследования заключается в предположении о том, что публичная речь президента является репрезентантом коммуникативных стратегий и тактик, направленных на формирование у реципиента представления о деятельности власти. В работе представлено описание трёх ядерных стратегий и реализующих их тактик, направленных на формирование представления о деятельности власти: стратегия создания психологического напряжения; стратегия создания позитивного имиджа и стратегия дискредитации. Проведенный анализ расширяет и дополняет существующие теоретические положения о роли политической коммуникации, а также о тех стратегиях и тактиках, которые применяются политическими лидерами в процессе общения с массовой аудиторией.*

Ключевые слова*: коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, политический дискурс, речевая манипуляция.*

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Стратегии, а также тактики, которые используются в сфере общения, имеют очень высокую степень воздействия на конечный результат общения. В связи с этим стоит более подробно рассмотреть, что представляет собой коммуникативная стратегия. Как полагает Е. Клюев, коммуникативная стратегия представляет собой составляющую человеческого коммуникативного поведения. За счёт данной составляющей те средства общения, которыми может пользоваться человек, начинают применяться им согласованным образом, для обеспечения достижения той коммуникативной цели, что перед ним поставлена [1]. Ещё одним специалистом, который рассмотрел, что представляет собой коммуникативная стратегия, выступает О. Иссерс. В соответствии с его точкой зрения, коммуникативная стратегия выступает в качестве совокупности действий, носящих речевой характер и предпринимаемых кем-либо, что поставленные перед ним коммуникативные цели были выполнены. Когда кто-либо формирует для себя коммуникативную стратегию, то это означает, что он планирует свои собственные будущие речевые коммуникации, принимая во внимание, в каких конкретных условиях они станут осуществляться [2, с. 51]. Речевая тактика, в свою очередь, представляет собой систему действий, которые предпринимаются в рамках воплощения в жизнь коммуникативной стратегии. Таким образом, можно говорить о том, что речевая тактика – это одна из составляющих речевой стратегии. В процессе реализации речевой стратегии вступающее в коммуникацию лицо может сменить сразу несколько речевых тактик, всякий раз адаптируя их к особенностям формирующейся речевой ситуации.

Сегодня не существует таких классификационных систем, которые разбивали бы коммуникативные стратегии на категории и которые имели бы характер общепринятых. Большинство современных специалистов из числа тех, кто деятельно принимал участие в рассмотрении того, что представляет собой коммуникативная стратегия, сходятся в следующем. Главным образом эксплуатируются коммуникативные стратегии для корректировки того отношения, что высказывается реципиентами речи к тому, о чём именно говорится. В данной работе мы будем основываться на той классификационной системе, разработ-

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

чиком которой является О. Иссерс. По её мнению, коммуникативные стратегии могут рассматриваться как стратегии самопрезентации; стратегии, применяемые для того, чтобы мотивировать реципиента речи на осуществление какого-либо действия; стратегии, которые используются для дискредитации чего-либо, кого-либо; стратегии, обладающие семантическим характером; стратегии, которые используются для осуществления манипуляций; стратегии, которые применяются для выстраивания аргументов [2, с. 51].

Политическая коммуникация представляет собой такую категорию, которую можно рассматривать достаточно широким образом. Цель, преследуемая в рамках выстраивания политической коммуникации, формулируется следующим образом. Это обеспечение получения власти политиками, а также популяризация тех идей, что ими высказываются, среди широкой аудитории.

«Прямая линия» – это совершенно специфический формат, которым власть может воспользоваться для того, чтобы вступать в диалог с представителями гражданского общества. Когда проводится «Прямая Линия», то политик предоставляет ответы на те вопросы, что задаются гражданами. Причём ответы на такие вопросы предоставляются в прямом эфире. Когда в «Прямой линии» принимает участие Президент Российской Федерации, В. Путин, то он применяет самые разнообразные коммуникативные стратегии. Например, пользуясь одной из самых распространённых в своей речи стратегии, он обеспечивает появление политического напряжения. Также им деятельно применяется такая коммуникативная стратегия, следствием применения которой становится появление позитивного имиджа. При необходимости политик также прибегает и к использованию дискредитирующей речевой стратегии.

Стратегия формирования психологического напряжения предоставляет возможность нарушить эмоциональное равновесие, в котором пребывает аудитория. Данная стратегия предполагает использование негативных вариантов развития событий в последующем. Стоит отметить, что в современных условиях данная стратегия не имеет высокой степени распространения. Так, например, за всё то время, пока проводится президентская «Прямая линия», В. Путин вос-

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

пользовался данной коммуникационной стратегией только три раза, причём всякий раз это делалось максимально мягко, насколько это возможно. В ходе одного из прецедентов применения данной стратегии В. Путин отвечал на вопрос о том, как именно проводится реформа по обращению с ТКО, то есть с твёрдыми коммунальными отходами. И здесь В. Путин обратил внимание на то, что каждый год в Российской Федерации появляется семьдесят миллионов тонн новых отходов, и на самом деле никто систематически их обработкой не занимается, что представляет собой колоссальную проблему.

Рассматриваемая нами стратегия может предполагать применение нескольких тактических приёмов. Один из них предполагает внедрение в речь конкретных численных данных (за счёт применения данного приёма оратор пытается сформировать для себя имидж эксперта в том или ином поднятом им вопросе). Второй приём предполагает акцент внимания на недоработках, которые допущены органами власти (или кем-либо ещё). Второй приём предполагает применение распространённых речевых клише (причём некоторыми ораторами это делается намеренно так, чтобы в результате сформировался комический эффект).

Стратегия, которая является ориентированной на обеспечение появления позитивного имиджа у того, кто её применяет. Данная стратегия достаточно часто используется В. Путиным в ходе его выступлений на таких мероприятиях, как «Прямая линия». Существует у данной стратегии сразу несколько разновидностей. Одна из них – это стратегия сотрудничества. Применяя её, оратор показывает, что он расположен к вступлению в максимально откровенный диалог с тем, кто задаёт ему вопрос. Вторая стратегия рассматривается в качестве ориентированной на появление у того, кто ею пользуется, делового имиджа. Очень часто данная стратегия эксплуатируется государственными должностями, которые находятся на высоких должностях и труд которых ориентирован исключительно на улучшение текущего уровня народного благосостояния. Третья стратегия применяется для того, чтобы показать: человек, который ею пользуется, ставит гуманистические, общечеловеческие ценности превыше всего, делает всё, что для него является возможным, для их продвижения.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Стратегия дискредитации (лишение доверия, подрыв, умаление авторитета). Стратегии дискредитации оппонента считаются одними из наиболее сложных в реализации политического дискурса, поскольку для их воплощения нужно виртуозное владение ораторским мастерством во избежание скатывания беседы в склоку. Во время «Прямой линии» президент страны несколько раз использовал приём, направленный на сомнение в достоверности фактов и деятельности определённых структур власти: *«Ну, во-первых, то, что вы говорили о 10000 и так далее, это нужно реально проверить, что там происходит. Почему – потому что нами принято впервые решение: мы впервые довели МРОТ, минимальный размер оплаты труда, до прожиточного минимум, это 11 280 рублей. И если человек работает на полную ставку, ему не могут платить меньше этой суммы. Здесь я не понимаю, откуда взялись 10000»*.

Проведённый анализ позволяет сделать вывод о том, что публичная речь президента является репрезентантом коммуникативных стратегий и тактик, направленных на формирование у реципиента представления о деятельности власти.

Список литературы

1. Клюев Е.В. Речевая коммуникация: Коммуникативные стратегии. Коммуникативные тактики. Успешность речевого взаимодействия: учеб. пособие для ун-тов и ин-тов / Е.В. Клюев. – М.: Приор, 1998. – 224 с.

2. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – 5-е. изд. – М.: Лки, 2008. – 284 с. EDN UFGTFJ.

3. Ya-Ni, Z. (2007) Communication strategies and foreign language learning // US-China Foreign Language, 5 (4), p. 43–48.

4. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие / И.А. Стернин. – Воронеж, 2017. – 189 с.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)