

И. В. Култышева

Нижний Тагил, Россия

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
КОММУНИКАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ
ВО ВРЕМЯ ТЕЛЕДЕБАТОВ
ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ
В ГОСУДАРСТВЕННУЮ ДУМУ 2011 ГОДА

Аннотация. В статье анализируются ключевые стратегии представителей партий, принимающих участие в теледебатах в рамках предвыборной кампании в Государственную думу шестого созыва.

Ключевые слова: стратегия; тактики; теледебаты.

Сведения об авторе: Култышева Ирина Владимировна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры связей с общественностью и рекламы.

Место работы: Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия.

Контактная информация: 622031, г. Нижний Тагил, ул. Красногвардейская, д. 57.

e-mail: chur-irina@yandex.ru.

Политические дебаты во время избирательной кампании — один из самых богатых материалов для анализа коммуникативных стратегий, которые используются политическими лидерами.

Теледебатам свойственны общественный характер, официальность и публичность. В России теледебаты проводятся с 1991 г., однако до сих пор не разработаны единые правила их проведения. Специфика теледебатов формируется за счет особых ситуативных условий: устная спонтанная речь в ее диалогической форме в ситуации непосредственного общения с дистанционным и пассивным истинным адресатом, при которой очень важна невербальная коммуникация.

Исследование осуществлялось методом сплошной выборки вербальных составляющих речи политика во время устного выступления на теледебатах.

Теледебаты кандидатов в Государственную думу проходили на каналах «Первый», «Россия 1», «Россия 24», «ТВ Центр». Каждая партия имела одинаковое количество времени для агитации. Единицей анализа мы определили собственно выступления представителя партии для агитации (обращение, вопрос оппонентам, ответ на вопрос оппонента).

Материалы Международной научной конференции «Политическая коммуникация» (24—26 сентября 2013 г., Екатеринбург).

Работа выполнена в рамках гранта грант МК-2720.2013.6 «Убеждение и доказательство в современном политическом дискурсе».

© Култышева И. В., 2013

I. V. Kultysheva
Nizhny Tagil, Russia

THE USE
OF COMMUNICATIVE STRATEGIES
IN TV DEBATES
OF ELECTION CAMPAIGN OF 2011

Abstract. Key strategies used by the parties representatives who took part in TV debates during election campaign to the Sixth State Duma are analysed in the article.

Key words: strategy; tactic; TV debates.

About the author: Kultysheva Irina Vladimirovna, Candidate of Philology, Senior Lecturer of the Chair of PR and Advertising.

Place of employment: Nizhny Tagil State Social Pedagogical Academy.

На теледебатах партии представляли:

- «Единую Россию» — Сергей Иванович Неверов, Олег Викторович Морозов, Сергей Владимирович Железняк;
- «Справедливую Россию» — Геннадий Владимирович Гудков, Сергей Михайлович Миронов, Семен Аркадьевич Багдасаров; Оксана Генриховна Дмитриева;
- КПРФ — Геннадий Андреевич Зюганов, Светлана Евгеньевна Савицкая, Дмитрий Новиков; Валерий Федорович Рашик;
- ЛДПР — Владимир Вольфович Жириновский;
- «Правое дело» — Владислав Леонидович Иноземцев, Андрей Владимирович Богданов;
- «Патриотов России» — Геннадий Юрьевич Семигин, Надежда Корнеева;
- «Яблоко» — Григорий Алексеевич Явлинский, Сергей Сергеевич Митрохин.

Всего нами было рассмотрено 39 выступлений в рамках 13 теледебатов. Обратимся к доминирующему коммуникативным стратегиям каждой партии.

Представители партии «Единая Россия» приняли участие в 3 теледебатах (9 выступлений). От имени этой партии выступали Сергей Иванович Неверов, Олег Викторович Морозов, Сергей Владимирович Железняк, Николай Николаевич Гончар.

Как показывает наш анализ, **доминирующая стратегия данной партии — стратегия удержания власти**. «Единая Россия» чаще всего обращается к стратегии удержания власти, демонстрируя высокий уровень риторической грамотности.

Все представители партии удачно используют тактику признания существования той или иной проблемы и тактику оценки проблемы, тактику разъяснения и комментирования, а также тактику акцентирования положительной информации.

1. *Наша первая и самая главная проблема — ослабление воли. Потеря государственной воли и настойчивости в доведении начатых дел до конца* (С. И. Неверов, 16.11.2011).

2. *Для нас внутренняя политика — это прежде всего решение двух главных задач: государство должно выполнять свои обязательства, и второе — люди должны жить лучше* (С. И. Неверов, 16.11.2011).

3. *В период 1995—2000 гг. проведена вся грабительская приватизация. В этот период принимались все бюджеты, которые довели сегодня страну до ручки. В этот период, когда завершался 2000 год, мы получили страну с 200 млрд долгом. Мы получили страну с пустой казной. Геннадий Андреевич любит говорить о том, что сегодня они вернут* (С. И. Неверов, 16.11.2011).

Тактика комментирования — это тактика, представленная высказываниями, поясняющими смысл контекста. Она также реализуется через демонстрацию политической силы с помощью слов, выражающих уверенность.

1. *Залог успеха — это единство нашего общества. Поэтому мы призываем всех объединиться во имя будущего* (С. И. Неверов, 16.11.2011).

2. *Мы обязаны, прежде всего, довести до конца программу политических преобразований...* (О. В. Морозов, 15.11.2011).

Указывая на путь решения проблемы, кандидат предлагает конкретные действия взамен простых, размытых обещаний дать благо. Умелое использование политиком тактики указания на путь решения в конечном итоге дает слушателям надежду на лучшее будущее, нейтрализует негативное отношение населения к ситуации в стране, способствует формированию чувства доверия к своим лидерам.

1. *Мы намерены на 25 млн увеличить количество рабочих мест, увеличить зарплату по стране к 14 году в 1,5 раза. Мы не обещаем чудес, но готовы в очередной раз взять ответственность за судьбу страны. Свою программу мы писали, сверяясь с вашими предложениями, и по-*

этому уверены в ее успехе

(О. В. Морозов, 15.11.2011).

2. *Государство намерено осуществлять ряд*

программ, которые будут развивать сферу

медицины и здравоохранения... (О. В. Морозов, 15.11.2011).

Тактика единения реализуется партией «Единая Россия» с помощью употребления местоимения «мы» как маркера единства с народом, усиливается наречием «вместе» и прилагательным «единый». Этот прием очень распространен.

1. *Мы прошли вместе самый тяжелый период, мы никогда вас не обманывали, и сегодня нам нужна ваша поддержка для того, чтобы сделать так, чтобы жизнь людей становилась лучше, и сделать это мы можем только вместе* (С. И. Неверов, 16.11.2011).

2. *Залог успеха — это единство нашего общества. Поэтому мы призываем всех объединиться во имя будущего* (С. И. Неверов, 16.11.2011).

3. *Вместе мы победим. Вместе мы сделаем нашу страну счастливой и богатой. Будущее за нами* (С. И. Неверов, 16.11.2011).

4. *Мы вместе должны сделать Россию единой, сильной* (С. И. Неверов, 16.11.2011).

Тактика обращения к эмоциям адресата использует различные риторические средства. Выразительность в предвыборных листовках расставляет в тексте акценты. Самые частотные приемы в предвыборной коммуникации — анафора и синтаксический параллелизм. Анафора за счет повторов сигнализирует о неком постоянстве в настроении адресанта сообщения. Основная функция синтаксического параллелизма в речи заключается в подчеркивании мысли, важной для политика.

1. *Только профессиональное компетентное правительство, сформированное Президентом, опирающееся на парламентское большинство, способно решить задачи, поставленные президентом: удвоение ВВП, преодоление бедности, модернизация вооруженных сил* (С. И. Неверов, 16.11.2011).

2. *Мы сегодня говорим о будущем, мы сегодня говорим о том, что необходимо ту централизацию, которую мы провели...* (С. В. Железняк, 23.11.2011).

3. *Мы за единую Россию, за сильную, могущественную единую мирную Россию* (С. В. Железняк, 23.11.2011).

Таким образом, партия «Единая Россия» использует набор всех тактик стратегии удержания власти и разнообразные приемы реализации данной стратегии.

Помимо стратегии удержания власти, партия «Единая Россия» использует стратегию **самопрезентации**, которая раскрывает-

ся с помощью тактик солидаризации, оппозиционирования и нейтрализации негативного представления.

Представители партии «Справедливая Россия» приняли участие в 4 теледебатах (12 выступлений). От имени партии выступали Геннадий Владимирович Гудков, Сергей Михайлович Миронов, Семен Аркадьевич Багдасаров, Оксана Генриховна Дмитриева.

Как показывает наш анализ, **доминирующая стратегия данной партии — стратегия дискредитации**. В рамках данной стратегии «Справедливая Россия» использует тактику обвинения, разоблачения, популяризации и др.

Тактика обвинения:

1. В 99 году „Яблоко“ в полном составе голосовала за Путина в качестве премьер-министра. Вы голосовали за бюджет в 2001, 2002, 2003 году, который как раз закладывал вывоз денег из страны (О. Д. Дмитриева, 29.11.2011).

2. Вы ничего в этом плане не делаете, вы не хотите делать. Один из ваших идеологов в межнациональном вопросе, господин Рогозин, который подвязан у вас там, в качестве союзника, в Ярославле на форуме заявил провокационную крайне опасную вещь. Это провокация! Это хуже чем терракт! (С. А. Багдасаров, 23.11.2011).

3. У вас просто нет аргументов, у вас нет фактов, просто вы говорите общие слова (С. А. Багдасаров, 23.11.2011).

4. Да ничего вы не отвечаете, вам что говорят, то вы и делаете (С. А. Багдасаров, 23.11.2011).

Тактика разоблачения:

1. Вы проголосовали за стабилизационный фонд! Результаты голосования у нас с собой! Значит, Вы по-прежнему считаете, что доходы от нефти и газа должны вкладываться в чужую экономику? (Г. П. Хованская, 30.11.2011).

2. „Единой Россией“ сказано, что нужно бороться против „Справедливой России“, но чужими руками. То, что вы сейчас говорите, — это полностью соответствует инструкциям, которые дает „Единая Россия“ (Г. П. Хованская, 29.11.2011).

3. Девизом „Яблока“ всегда было: „Честность — лучшая политика“. Что произошло? Почему вы изменили этому принципу и пропагандируете для достижения вашей цели „все средства хороши“? Господин Митрохин сделал все, чтобы снять меня с регистрации два года назад (Г. П. Хованская, 30.11.2011).

Тактика издевки:

Поэтому вы не наши основные противники, вы даже не противники! Не нужно иг-

рать под чужую дудку и не нужно выполнять чужие инструкции (О. Д. Дмитриева, 29.11.2011).

Тактика агрессии:

Но я хочу использовать оставшееся время для критики того, что сейчас происходит. Это не дебаты. Это имитация дебатов. Это обман народа. Это отвлечение внимания народа на дебаты, а на самом деле партия власти не придет никогда на дебаты — она боится их. Им нечего сказать. Позор „Единой России“! (Г. В. Гудков, 9.11.2011).

Тактика поляризации:

1. Я вам привел, что мы сделали. А вот то, что вы не делаете и блокируете это, это на вашей совести. Вы боитесь исполнительную власть.

2. Может, не два на два, а три на один? Может, все-таки три партии КПРФ, ЛДПР и „Справедливая Россия“ объединяются против „Единой России“? Или вы считаете, что ЛДПР будет с „Единой Россией“? Вы готовы, если „Единая Россия“ потеряет большинство, а большинство будет у трех других парламентских партий, вы готовы блокировать с коммунистами и с нами для того, чтобы все-таки решать вопросы в пользу народа, а не в пользу монополии „Единой России“? Вы готовы встать на эту сторону барьера, а не на сторону „Единой России“? (С. М. Миронов, 15.11.2011).

Тактика оскорблений:

1. Он был вашим лидером, руководитель московской партийной организации „Единая Россия“. Позор (С. М. Миронов, 15.11.2011).

2. Сегодня у власти господа из „Единой России“. Это союз бюрократов действительно сегодня занимает все властные полномочия и вершины. И именно мы хотим разрушить эту монополию. До этого партия „Единая Россия“ воровала голоса избирателей! Нам нужно голоса за счет других партий, но не за счет „Единой России“ (С. М. Миронов, 15.11.2011).

Другие стратегии представители партии используют крайне редко.

Партия «КПРФ» приняла участие в 4 теледебатах (12 выступлений). От имени партии выступали Геннадий Андреевич Зюганов, Светлана Евгеньевна Савицкая, Дмитрий Новиков, Валерий Федорович Ращгин.

Как показывает наш анализ, **доминирующая стратегия данной партии — стратегия дискредитации**. В рамках данной стратегии партия КПРФ использует тактику агрессии, разоблачения и обвинения.

Тактика агрессии, атаки на оппонента — прямая тактика. Суть ее состоит в том,

что демонстрация аргументов, убеждение читателя производится в вызывающей манере, резко враждебным тоном. Мы выделили такие основные речевые приемы, служащие реализации данной тактики, как усиленное давление на психику адресата, апелляция к многообразию негативных представлений посредством использования:

- а) инвективных средств;
- б) эмоционально окрашенной уничижительной лексики и фразеологии;
- в) нарочито сниженного тона, элементов просторечия;
- г) текстов с негативной окраской.

1. *Это фигня и полная липа — грамота, которую вы нам подсунули* (Г. А. Зюганов, 16.11.2011).

2. *Вы пришли не проблемы обсуждать, а фильтульки показывать. Вы пока по-прежнему стучите каской. Кстати, почти половину шахт, в которых вы стучали, вы сами их и похоронили* (Г. А. Зюганов, 16.11.2011).

Тактика иронии:

1. *Нас смотрят сегодня сотни тысяч граждан Свердловской области, смотрят и просто умиляются над позицией „Единой России“* (Г. А. Зюганов, 16.11.2011).

2. *Я бы хотел сегодня своего коллегу по городу Москве посмотреть, как он думает и говорит по этой теме, но я его не вижу. Но зато Жириновский во всех программах, во всех регионах* (В. Ф. Рашкин, 17.11.2011).

3. *Этот спич мне напоминает ту же самую борьбу с коррупцией: о чем бы ни говорили, лишь бы говорили, но только не о коррупции, не о мерах, которые надо принять стране, жестких мерах, чтобы побороть эту коррупцию* (В. Ф. Рашкин, 17.11.2011).

Тактика обвинения. Наиболее часто употребляются, по нашим наблюдениям, метафорические модели с негативной оценкой, призывающие политический статус противника.

1. *Владимир Вольфович, вы опытный оратор. Вы можете манипулировать словами, но никогда не отвечаете за свои слова и поступки. И чтобы люди понимали: список ваш не был зарегистрирован, потому что у вас были откровенные лидеры ОПГ, которые потом привлекались к ответственности* (В. Ф. Рашкин, 17.11.2011).

2. *Вы рассказываете, что вы оппозиционная партия? Что делает ваш липецкий руководитель в Ростовской области? Он отдал ваш контроль „Единой России“. Как же вы боретесь? Надо не врать* (В. Ф. Рашкин, 17.11.2011).

3. *Все остальные объекты, включая и офисы, что осталось от КПСС, вы все*

заняли от старой площади до Кремля и все должности. Более того, все, что под Москвой строила партия на свои деньги, вы не приватизировали, а захватили (Г. А. Зюганов, 16.11.2011).

При использовании **тактики оскорблений** в качестве коммуникативной задачи оскорбляющий видит унижение партнера. Языковые приемы тактики оскорблений направлены на высмеивание политического противника.

По нашим исследованиям, чаще всего тактика оскорблений используется в теледебатах, когда конфликтные агрессоры прибегают к обсуждению намерений оппонента, оценке его поступков и действий, даже к браны:

1. *И на смену власти олигархическому чиновничеству, на смену власти жуликов и воров придет власть большинства* (В. Ф. Рашкин, 17.11.2011).

2. *Страной управляет жулье!* (В. Ф. Рашкин, 17.11.2011).

Реже партия КПРФ использует **стратегию удержания власти**, в основном прибегая к тактике признания существования проблемы:

1. *Наша страна провалилась в яму кризиса глубже всех* (Г. А. Зюганов, 16.11.2011).

2. *Мы считаем, что коррупция является самой главной бедой России, которая у нас появилась последние 20 лет после переворота 91 года. Коррупция пронизала всё, начиная от президентских структур, заканчивая прокурорским, судебным аппаратом. Она везде проникла эта ржавчина. Ее можно выкорчевывать только каленым железом. И теми законами, которые в проекте мы подготовили* (Г. А. Зюганов, 16.11.2011).

3. *Я считаю, что настоящей борьбы с коррупцией в России нет. Если бы она была — давно бы не было коррупционеров. Я считаю, что система управления государством сегодня сама по себе коррупционна. Это и есть основа системы управления государством — это коррупция* (С. Е. Савицкая, 9.11.2011).

Таким образом, основная коммуникативная стратегия партии КПРФ — дискредитация. Чаще всего представителями партии реализуется тактика обвинения через употребление номинаций с отрицательной окраской.

Партия ЛДПР приняла участие в 4 теледебатах (12 выступлений), представляя ее Владимир Вольфович Жириновский.

Как показывает наш анализ, **доминирующая стратегия данной партии — стратегия дискредитации**. Из всех партий ЛДПР

чаще всего обращается к стратегии дискредитации, применяя различные приемы и тактики оскорблений, обвинения, разоблачения оппонента.

Тактика дискредитирующего намека:

1. Обращение к А. Богданову: *Лидер вашей партии сказал, что после 4 декабря уедет из России. Такие настроения у всей вашей партии или только у Дунаева, чтобы сориентироваться, что будет с партией, поскольку вы ожидаете, что попадете в парламент и уедете за границу. Это просто случайность или это общее настроение* (В. В. Жириновский, 16.11.2011).

2. *Недоработанное законодательство. Оно не действует. Виновата политическая система. Политическую систему создала КПСС. КПРФ напрямую считается наследницей КПСС, носит цветы к памятнику Сталина, памятнику Ленина. Это все, конечно, дезориентирует нашу молодежь. Везде пропаганда антисоеветская, антикоммунистическая, а КПСС — КПРФ принимает в пионеры. Люди ничего не могут понять. Так всех оболванили, что всем тяжело* (В. В. Жириновский, 17.11.2011).

Тактика разоблачения реализуется в выступлениях В. В. Жириновского с помощью тактической схемы разоблачения лица оппонента и его команды посредством прямого указания на истинное, с точки зрения автора, положение вещей:

1. *Давайте другое посмотрим, чтобы было видно лицо вашей партии. Вы входите в Социнтерн, который бомбит Ливию, оккупирует Афганистан, врывается в Ирак, пытается уничтожить Сирию. Вы с кем? С теми, кто уничтожает всю Африку и Ближний Восток, кто проводит новую колониальную политику. Или вы против них?* (В. В. Жириновский, 17.11.2011).

2. *Еще в 2006 году накануне выборов „Единая Россия“ поклялась выделить 8 млн рублей на достройку метрополитена. Три года ждем. Четвертый пошел... Пока не дождались. Ни денег, ни сдвигов в судьбе метрополитена* (В. В. Жириновский, 16.11.2011).

3. *Было в думе 450 голосов. Для импичмента достаточно 300. У коммунистов и демократов было 400 голосов. Зачем вам нужны были 50 голосов? Вы не хотели импичмента. Вы боялись. Вы знали, что вас немедленно запретят. А Государственную думу распустят* (В. В. Жириновский, 16.11.2011).

Используя стратегию самопрезентации, ЛДПР прибегает к **тактике оппозиционирования**, чтобы выделить свою партию, показать, что она отличается от про-

тивников, представить партию в лучшем свете.

1. *ЛДПР — старейшая партия, нам 22 года. Мы первые вышли на политическую арену, мы первые выставили кандидата в президенты, мы первые победили. Мы прошли все пути политической борьбы. Мы выступаем единственные за централизованное мощное, сильное государство* (В. В. Жириновский, 16.11.2011).

2. *Мы самая смелая мужественная партия. Единственная партия русского народа* (В. В. Жириновский, 17.11.2011).

Прибегая к **стратегии удержания власти**, В. В. Жириновский использует **тактику единения**, говоря о русском народе как о едином целом. Реже используются другие тактики: признания существования проблемы и пути ее решения.

Представители партии «Правое дело» приняли участие в 3 дебатах (9 выступлений). Позицию партии озвучивали Владислав Леонидович Иноземцев и Андрей Владимирович Богданов.

Как показывает наш анализ, **доминирующая стратегия данной партии — стратегия самопрезентации**.

В своих выступлениях партия «Правое дело» часто прибегает к **тактике признания существования проблемы**, которая реализуется в таких приемах, как констатация проблемы, ее конкретизация. Также часто употребляются высказывания, содержащие оценочные прилагательные в сочетании с именами существительными. Отметим, что основным приемом тактики признания проблемы является прием констатации. Может быть, связано это с тем, что после признания наличия проблемы политическому лидеру или партии нет необходимости называть виновных.

1. *Мы исходим из того, что главная угроза России — внутри самой России, в нашей внутренней слабости* (В. Л. Иноземцев, 9.11.2011).

2. *Наша первая и самая главная проблема — ослабление воли. Потеря государственной воли и настойчивости в доведении начатых дел до конца* (В. Л. Иноземцев, 9.11.2011).

3. *Я считаю, что она (армия) совершенно не реформируется. Она была создана по лекалам Холодной войны. Проблема в том, что она слишком громоздка и велика на сегодняшний день даже в сокращенном варианте* (В. Л. Иноземцев, 9.11.2011).

4. *Останется прежняя проблема, если мы будем постоянно пытаться реформировать ту армию, которую сегодня имеем* (В. Л. Иноземцев, 9.11.2011).

Тактика указания на пути решения проблемы:

1. Нам нужна военная реформа, но она, безусловно, нужна на путях отмены призыва профессиональной компактной армии. Наши угрозы не вне страны, а внутри страны (В. Л. Иноземцев, 9.11.2011).

2. Нужно создавать новую армию фактически по тому принципу, я не говорю сейчас о деталях, но сам принцип похож на то, что в свое время делал Петр I, заменяя стрелецкие войска новой армией, построенной по европейскому образцу (В. Л. Иноземцев, 9.11.2011).

3. Необходимо будет повысить пенсионный возраст хотя бы на 3 года. Но при этом я считаю, что в таких регионах, как средняя полоса России, Урал, Север и все, что за Уралом, необходимо сделать так: матери, которые родили больше трех детей, уходят на пенсию в момент рождения третьего ребенка, и пенсия им выплачивается 15 тысяч рублей; если четверо детей — 20 тысяч и так далее (А. В. Богданов, 16.11.2011).

Используя **стратегию дискредитации**, партия «Правое дело» прибегает к косвенным тактикам нападения, а именно к **дискредитирующему намеку**. Намек — средство непрямого информирования. Это значит, что адресат сообщения получает высказывание, которое может понять и буквально, но должен расширить, дополнить, далее развить его смысл самостоятельно.

1. Вы критиковали меня за идею вхождения в НАТО. Год назад открываю „Комсомольскую Правду“ и читаю.... То есть вы такой же предатель России? (А. В. Богданов, 16.11.2011).

2. Реплика В. В. Жириновскому: *И за русских, и за бедных! И на „Майбахе!“* (А. В. Богданов, 16.11.2011).

3. Напомним, что фракция „Единая Россия“, 315 депутатов, в остальных трех фракциях — 135. Кто эти уклонившиеся от голосования 337 депутатов, становится очевидно (В. Л. Иноземцев, 9.11.2011).

Доминирующая стратегия партии «Правое дело» — стратегия самопрезентации. Стоит отметить, что представители партии редко использовали тактику формирования эмоционального настроя у адресата, а умелое использование политиками данной тактики — залог эффективности речевого воздействия на массовую аудиторию.

Партия «Патриоты России» приняла участие в 5 дебатах (15 выступлений). От ее имени говорили Сергей Александрович Глотов, Надежда Анатольевна Корнеева, Геннадий Юрьевич Семигин.

Проанализировав выступления представителей партии, можно сказать, что **доминирующая стратегия данной партии — стратегия дискредитации**.

Стратегия дискредитации представлена тактикой **«дискредитирующий намек»**. Как говорилось ранее, она является средством непрямого информирования.

1. Если КПРФ так сильна и представляет большинство, она должна быть смелее и активнее и решать эти проблемы, а не только говорить (Н. А. Корнеева, 30.11.2011).

2. Патриотизм патриотов — это не только защита русского народа, который, я считаю, не нуждается сегодня в защите Жириновского! (Н. А. Корнеева, 30.11.2011).

3. О давлении с целью заставить проголосовать за «Единую Россию»: *Не надо никого бояться, надо приходить и голосовать, даже тогда, когда твой начальник ждет твоего доклада уже в девять утра! Как вы проголосовали? Вы проголосовали за указанную вам партию! Не надо никакого давления оказывать! Прекратите давить на подчиненных и отнимать право голоса! Это безобразие! Такая внутренняя и внешняя политика, за которую еще никто не ответил, все хотят править, но никто не хочет отвечать!* (С. А. Глотов, 10.11.2011).

Тактика разоблачения — тактика прямого воздействия на оппонента, выявление его подлинного лица с точки зрения адресанта.

1. КПРФ очень жонглирует этим понятием. КПРФ неоднократно пыталось создать народно-патриотический союз России в 95 и 99 году. И этот союз всегда возрождался под выборы, потом он тут же сходил на нет, забывался (Н. А. Корнеева, 30.11.2011).

2. Значит, вы существуете как резерв, на случай провала „Единой России“ (Н. А. Корнеева, 30.11.2011).

Реже приходится наблюдать **стратегию удержания власти**.

1. Сего дня такой армии нет. И это проблема. Ведь 20 лет реформ — это 20 лет забвения наших пораженных сил. Лозунг, который бы я сказал, — все, что создано народом, должно быть надежно защищено (Г. Ю. Семигин, 15.11.2011).

2. Это решение целого ряда крупных и острых социальных проблем (Г. Ю. Семигин, 15.11.2011).

3. Справедливость мы понимаем как справедливую власть, справедливое распределение национального богатства, и поэтому считаем, что сегодня в России есть возможность решить эту проблему и осуществить национальную идею (Н. А. Корнеева, 30.11.2011).

4. Но проблемы страны нарастают. Страна на пороге кризиса (Г. Ю. Семигин, 15.11.2011).

5. Это важнейшая проблема. Мы ее будем решать наряду с другими (Н. А. Корнеева, 30.11.2011).

Таким образом, партия акцентирует внимание избирателей на несостоительности нынешнего руководства, тем самым пытаясь повысить свой имидж в глазах избирателей.

Партия «Яблоко» приняла участие в 3 дебатах (9 выступлений). Ее представляли Г. А. Явлинский и С. С. Митрохин.

Проанализировав выступления представителей партии, можно сказать, что **доминирующая стратегия данной партии — стратегия дискредитации**.

Отметим, что стратегию дискредитации в своей речи часто использует С. С. Митрохин, применяя такие тактики, как обвинение и разоблачение оппонента.

Тактика обвинения:

1. Мы с 99 года выступаем против политики В. Путина. А „Справедливая Россия“ поддерживала его политику на голосовании, когда он выдвигался на пост премьер-министра в 2007 году. И она выдвигала в президенты Медведева. Поэтому все то, о чем сейчас говорила Оксана Генриховна, что были огромные миллиардные нефтяные доходы за эти 10 лет, которые были разбазарены неизвестно куда и распиханы по карманам чиновников. Это все произошло в результате проведения политики Путина и Медведева, которых поддержала „СР“, и она несет всю полную ответственности за эту политику (С. С. Митрохин, 23.11.2011).

2. Злоупотребление должностным положением, которым занималась Галина Петровна, используя свой статус депутата Государственной думы для агитации на выборах, имело место быть. Это факт (С. С. Митрохин, 23.11.2011).

Тактика разоблачения:

1. Эти депутаты „СР“ совершенно ничем не отличаются от депутатов ЕР в использовании должностного положения, в использовании своих возможностей депутатов Государственной думы (С. С. Митрохин, 23.11.2011).

2. Все ваши голосования, когда вы были против отдельных действий правительства, были перечеркнуты поддержкой Путина в 2007 году (С. С. Митрохин, 23.11.2011).

3. Ваш лидер в Совете Федерации сам лично голосовал за стабилизационный фонд, и за отмену губернаторских выборов, и за все прочие законодательные ини-

циативы, по поводу которых вы изображали протест в Государственной думе (С. С. Митрохин, 23.11.2011).

4. Вы хотели попасть в Государственную думу. Явлинский вам сказал, что мы оппозиционная партия и мы не можем дать вам гарантий, поэтому вы перебежали в подкремлевскую, проправительственную партию, которая действительно привела вас в ГД (С. С. Митрохин, 23.11.2011).

Стратегия удержания власти также используется партией «Яблоко». Чаще всего она реализуется лидером партии Г. А. Явлинским с помощью применения тактики признания существования проблемы, что характеризует говорящего как лидера, владеющего «политикой слова».

1. *Наши тезисы по экономической политике просты: прекратить разворовывание бюджета, обеспечить прозрачность тарифов монополий, снизить налоговое бремя среднего и малого бизнеса* (Г. А. Явлинский, 9.11.2011).

2. *Тарифное мошенничество — это когда нас заставляют платить непомерные суммы за услуги ЖКХ* (С. С. Митрохин, 10.11.2011).

Лидер партии «Яблоко» позиционирует себя умным, тонким, ироничным, интеллигентным человеком, но агитация голосовать прежде всего за личность лидера партии не имела большого успеха. Представители партии «Яблоко», участвующие в теледебатах, не придерживались линии своего лидера и чаще всего использовали в коммуникации стратегию дискредитации, что не лучшим образом повлияло на мнение избирателей.

Таким образом, в условиях современной демократии выборы превращаются в телетурниры. С учетом развлекательной ценности телевидения при освещении политических кампаний всегда делается акцент на создании интриги и драматизации ситуации. Сам способ подачи информации тяготеет к представлению избирательной кампании в виде соревнования между политиками.

Речевое воздействие в процессе политической коммуникации реализуется посредством коммуникативных тактик и речевых приемов. Несмотря на то что тактики являются предметом исследований уже не первое десятилетие, эта тема до сих пор представляет интерес.

Основная коммуникативная стратегия, реализуемая в рамках предвыборных теледебатов 2011 г., — дискредитационная, причем следует отметить, что данная стратегия доминирует в текстах всех партий, кроме «Единой России».

ЛИТЕРАТУРА

1. Гринберг Т. Э. Политические технологии: PR и реклама : учеб. пособие для студ. вузов. — М. : Аспект Пресс, 2005.
2. Зарецкая Е. Н. Логика речи. — М. : Финпресс, 2007.
3. Иванова К. А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. — СПб. : Питер, 2005.
4. Клоев Е. В. Риторика (Инвенция. Диспозиция. Элокуция) : учеб. пособие для вузов. — М. : Приор, 2001.
5. Орлова Е. А. Имидж политической власти. — М. : Народное образование, 2002.
6. Руженцева Н. Б. Аргументация в PR-жанрах // Лингвистика : бюл. Урал. лингвист. о-ва / Урал. гос. пед. ун-т ; отв. ред. А. П. Чудинов. — Екатеринбург, 2004. Т. 13. С. 67—75.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Н. Б. Руженцева