

УДК 316.77

АНАЛИЗ УСТНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ ВЛАДИМИРА ЖИРИНОВСКОГО НА ПРЕДМЕТ ИХ КОММУНИКАТИВНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Е.В. Соколова, Р.В. Шаринда, 4 курс

Научный руководитель – М.Л. Шульга, старший преподаватель

Полесский государственный университет

В современном мире выступления политиков играют важнейшую роль в формировании общественного мнения. Для этого политики используют различные стратегии и приемы. Имидж политического деятеля напрямую зависит от того, что и как он говорит. Цель нашей работы — раскрытие ключевых средств реализации эффективных стратегий убеждения Владимира Вольфовича Жириновского. Материалом для исследования послужило 161 выступление В. В. Жириновского, представленные в сборниках выступлений депутатов фракции ЛДПР в Государственной Думе Федерального собрания Российской Федерации за 2016, 2017, 2018 годы. Основной целью речи по-

литика является воздействие на мысли и поведение слушателей. В. В. Жириновский сочетает логические и экстралогические доводы с тем, чтобы убедить свою аудиторию в том, что ей необходимо доверять и действовать в соответствии с желанием выступающего. Специфической чертой аргументативной речи является осознанная цель говорящего воздействовать на мнение слушающего, что и является итогом этого типа коммуникации.

В ходе анализа выступлений российского политика В. В. Жириновского мы сделали вывод, что убедительность речи увеличивается, если она затрагивает темы и проблемы, которые вызывающие имеют у людей личную заинтересованность. Безусловно, в выступлениях политика огромное количество тем и вопросов, однако наиболее актуальными оказываются дальнейшие перспективы развития страны на новом этапе ее истории, основные общечеловеческие проблемы и ценности, вопросы повседневного существования.

Так, лидирующими тактиками в процессе убеждения у политика являются следующие:

а) Апелляция к цифрам. В. В. Жириновский в 15 из своих выступлений обращается к количественным данным, что относится к фактам и действует как сильный аргумент. Данная тактика является действующим механизмом при восприятии слушателями информации. К примеру: *«Минимальную зарплату мы сейчас повышаем до 7,5 тысячи, это хорошо, но предложение ЛДПР – в перспективе, не завтра, поднять её до 20 тысяч, при этом ограничить зарплату, установить верхний предел – 200 тысяч. Всё, что свыше 200 тысяч, обложить очень высоким налогом, как на сверхдоходы, ну и чтобы разница между зарплатой руководителя и подчинённых была не более чем 10 раз, хотя в перспективе и 10 раз – тоже слишком много»*. [1, с. 5]

б) Употребление риторических вопросов, реализующих контактоустанавливающую функцию, а также функцию персонификации. Посредством риторических вопросов оратор может активизировать внимание аудитории и акцентировать важные положения: *«Мы продолжаем говорить об успехах Китая, но кто его создал, этот успех? У Сталина был выбор, два варианта, и он в первую очередь сделал ставку на Чан Кайши – правильный выбор, спокойная демократическая партия, и Китай был бы как Индия: много партий, выборы и никаких особых успехов в экономике»*. В своих выступлениях В. В. Жириновский использует данную тактику 125 раз. [2, с. 35]

в) Тактика создания эффекта очевидности и общеизвестности фактов используется политиком 52 раза. *«Какой у нас есть ещё резерв? Раскрытие потенциала человека. Пока у нас чувствуется закрепоценность потенциала каждого человека. Большинство людей просто приходят на работу: рабочий день прошёл, зарплату раз в месяц получил – и всё. Нет огонька, энтузиазма, потому что нет цели. От этого люди работают хуже. Если бы мы смогли помочь людям получить любимое дело или как-то организовать труд так, чтобы они работали с большим энтузиазмом, с большим огоньком, то выгоду получило бы всё общество»*. [2, с. 41]

г) Обещания предложения готового решения. В. В. Жириновский в своих выступлениях, говоря о той или иной проблеме, 65 раз обещает представить пути ее решения либо пытается предложить готовое решение. *«Туризм надо развивать: превратить агентство в министерство - вывести его из Минкультуры России, - должен быть министр по делам туризма, должны быть и отделения по всей стране, вот тогда доходная часть бюджета будет увеличиваться. У нас есть и степной туризм - Оренбургская область, есть и тайга, лес. Люди мечтают у нас побывать, посмотреть русскую зиму, прокатиться на тройке. Это не просто развлечение, это сильная экономическая составляющая, мы могли бы получить хорошие деньги, но до сих пор здесь действует остаточный принцип: засунули в Минкультуры России маленькое агентство - и всё, и вроде бы они там пытаются что-то делать»*. [3, с. 31]

д) Отрицания. Во-первых, отрицания каких-либо положений реальной действительности, во-вторых, отрицания мыслительных операций, выражающихся в собственном несогласии. Политик использует данную стратегию 43 раза: *«Как бы вы здесь ни хвалили Китай, никогда мир не пойдёт по китайскому пути. Пусть Китай идёт своим путём, но никто не согласится на однопартийный режим. И Советский Союз рухнул не по экономическим причинам, раскол есть в любом обществе: в Америке сейчас бедных больше, чем у нас было 100 лет назад, – и никакой революции нет! Сейчас в условиях либерализма живёт весь цивилизованный мир. И ЛДПР опять угадала правильное политическое направление: когда мы принимали название нашей партии в декабре 1989 года, ещё вообще не было ясно, что будет со страной»*. [3, с. 26]

е) Уступки. Стратегия может выражаться в представлении компромиссных решений для последующего успешного взаимодействия и процветания экономик обеих стран. В. В. Жириновский в своих выступлениях использует данную стратегию 16 раз: *«Хочу, чтобы вы услышали, что я сказал в 2001 году. Я говорил, что надо развивать связи внутри СНГ. Грузинские депутаты неоднократно хотели приехать в Россию. И я просил уже, чтобы мы сосредоточились на СНГ. Постоянно нужно ездить по этим республикам! В Тбилиси нужно ездить, в Киев нужно ездить, в Минск ездить, в Ташкент ездить, их сюда приглашать по несколько раз в год! Сейчас ситуация там напряжённая»*. [3, с. 61]

ж) Для расположения аудитории, ее активизации политик использует стратегию эмоционального давления, она реализована в 47 фрагментах, например: *«У вас сухие цифры, мол, у нас маленькая инфляция – и всё. А спросите у людей, стали они жить лучше? Нет! Экономика стала развиваться лучше? Нет! Тогда зачем нужны ваши цифры? Пусть вы инфляцию доведёте до 3–4 процентов, но жизнь-то не улучшается! Это как если больной умирает, а врач говорит, что лекарства хорошие, – больной-то умирает! Надо гнать взашей такого врача, который даёт хорошие лекарства, а больной не выздоравливает! Поэтому просто сухие цифры нам не нужны»*. [1, с. 23] В целях усиления эмоциональности используются риторические вопросы.

Таким образом, проанализированные нами тексты речей насыщены логическими доводами, перечислениями, рассуждениями с опорой на фактически-статистическую информацию. Но более значимой в выступлениях В. В. Жириновского оказывается эмоционально-экспрессивная доминанта, поскольку тексты выступлений предназначены для завладения вниманием слушателя и воздействия на его чувства и эмоции.

Список использованных источников

1. Избранные выступления депутатов фракции ЛДПР в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации за 2016 год. – М.: Издание Государственной Думы, 2017. – 64 с.
2. Избранные выступления депутатов фракции ЛДПР в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации за 2017 год. – М.: Издание Государственной Думы, 2018. – 64 с.
3. Избранные выступления депутатов фракции ЛДПР в Государственной Думе Федерального Собрания Российской Федерации за 2018 год. – М.: Издание Государственной Думы, 2019. – 64 с.