

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
( Н И У « Б е л Г У » )

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

**Кафедра коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью**

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК В ПОЛИТИЧЕСКОЙ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Выпускная квалификационная работа студентки  
очной формы обучения  
направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
4 курса группы 86001203  
Новоселовой Эвелины Николаевны**

Научный руководитель  
доцент кафедры  
коммуникативистики, рекламы и  
связей с общественностью  
Крюкова С.В.

**БЕЛГОРОД 2016**

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I. Публичное выступление и политический имидж как неотъемлемые компоненты политического PR .....	5
1.1 Сущность PR в политической сфере общества .....	5
1.2 Специфика публичного выступления в политической PR-деятельности.....	9
1.3 Отличительные признаки политической речи. Роль речи в формировании имиджа политика.....	14
Выводы к главе I.....	17
ГЛАВА II. Коммуникативные стратегии и тактики в выступлениях российских политических деятелей.....	19
2.1 Сравнительный анализ речевых портретов В.В. Жириновского и Г.А. Зюганова .....	19
2.2. Анализ текстов публичных выступлений В.В. Жириновского.....	22
2.3. Анализ текстов публичных выступлений Г.А. Зюганова.....	45
Выводы к главе II.....	60
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	62
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	65
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ.....	68
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....	70
ПРИЛОЖЕНИЕ 2.....	80

## Введение

**Актуальность** данной работы связана с развитием и становлением системы публичных коммуникаций, участниками которых являются муниципальные и социальные институты, а также граждане как члены общества. Публичными называются коммуникации, которые направлены на передачу информации, имеющей публичный статус и ориентированной на интересы социума.

Публичное выступление в политической сфере представляет собой политический текст, который может быть реализован как в устной, так и в письменной форме. Каждый современный политик должен умело оперировать терминами и иметь обширный словарный запас, для того чтобы достичь поставленных целей.

Для того чтобы произвести желаемый эффект на слушателей посредством интересного, запоминающегося публичного выступления, любому политическому деятелю необходимо обладать не только мастерством красноречия, но и знанием основ таких наук, как лингвистика, политология, психология, социология, политическая география, экономическая теория и т.д. Помимо этого, важна способность политика применять различные коммуникативные стратегии и тактики в своей речи.

Коммуникативная стратегия представляет собой определенное поведение в коммуникативном акте, направленное на достижение поставленных целей при помощи различных средств. Коммуникативная тактика же не так масштабна, как стратегия. Она представляет собой совокупность ходов в коммуникативном акте, пути достижения целей. Иными словами, эти два компонента незаменимы в политическом дискурсе.

Представляется перспективным исследовать тексты публичных выступлений В.В.Жириновского и Г.А.Зюганова на предмет использования этими политиками коммуникативных стратегий и тактик. Выбор этих политиков обусловлен тем, что фракции ЛДПР и КПРФ существуют в

политическом мире уже на протяжении многих лет, у их лидеров совершенно противоположные характеры и манера выступления, а их внешний облик и поведение отличаются яркой индивидуальностью. Поэтому нам интересна коммуникативная составляющая поведения данных политических деятелей.

Политический PR направлен на формирование в информационном пространстве таких коммуникаций, которые не только влияли бы на аудиторию и налаживали контакты с внешней стороны (с представителями СМИ, государственными чиновниками и представителями других партий), но и устанавливали бы доверительные отношения между всеми участниками политического проекта, (совершенствуя, к примеру, контакты лидера со своей командой и членов команды между собой).

**Объектом исследования** выступает политическая PR-деятельность.

**Предметом** являются коммуникативные стратегии и тактики.

**Цель дипломной работы** – изучить особенности коммуникативных стратегий и тактик в политическом PR.

*Данная цель предопределила необходимость и порядок решения ряда задач:*

1. Выявить сущность PR в политической сфере общества;
2. Рассмотреть специфику публичного выступления в политической PR-деятельности;
3. Выявить роль речи в формировании имиджа политика;
3. Провести сравнительный анализ речевых портретов В.В. Жириновского и Г.А. Зюганова;
5. Проанализировать тексты политических речей на предмет использования коммуникативных стратегий и тактик.

**Теоретическую базу** дипломной работы составили научные труды отечественных и зарубежных учёных:

- *по основам PR*: Емельянова С.М., Комаровского В.С., Королько В.Г., Пашенцева Е. Н., Почепцова Г.Г., Швидуновой А;

- *по основам риторики:* Алексеевой В.О., Анненковой И.В, Баевой О.А., Михальской А.К., Стернина И; Хазагерова Г. Г., Шейнова В.П;
- *по формированию имиджа:* Бондаревой Я.В., Бугрова Д.В., Вершининой Н.С., Гармоновой А.В., Горчаковой В.Г., Гришина Е.В., Давыдовой Т.Ю., Загайкова А.В., Зубкова С.А., Киуру К.В., Комиссарова В.П., Лисовского С.Ф., Мечина В.С., Петровой Е., Рожковой Е.А., Фролова Е.В;
- *посвященные изучению политического лидерства:* Анистратенко Т.Г., Бондаревой Я.В., Галлямова А.Р., Крайтермана В.С., Мякотинной О.В. , Полежаевой Е.А., Смолякова В.В., Титовой Е.В;
- *посвященные изучению политических процессов:* Баранова А.Н., Вартумяна А.А., Казакевича Е.Г.

**Эмпирическим материалом** исследования являются тексты публичных выступлений В.В. Жириновского и Г.А. Зюганова, опубликованные на официальных сайтах ЛДПР и КПРФ, а также в СМИ. (см. Список источников)

**Методы исследования.** В работе использованы общенаучные методы (индукция, дедукция, синтез), метод теоретического обобщения, методы научного наблюдения, метод научного описания, описательный метод, анализ текстов.

**Структура работы.** Дипломная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и приложений.

## **1. Публичное выступление и политический имидж как неотъемлемые компоненты политического PR**

### **1.1 Сущность PR в политической сфере общества**

Термин PR (связи с общественностью) впервые ввел в научный оборот Томас Джефферсон в 1807 г, в своем черновике «Седьмого обращении к

конгрессу». Он подразумевал под этим наращивание усилий политических институтов с целью достижения общественного доверия [Безумова 2009: http].

Сущность политического PR заключается в установлении конструктивных отношений посредством политического взаимодействия между властью и населением.

На современном этапе жизни не существует такой власти, которая могла бы нормально функционировать в условиях, когда согласие с народом не достигнуто и не признано. Иначе говоря, пиар представляет собой механизм, регулирующий отношения государства и общества, призванный обеспечить публичное признание и сформировать положительный имидж власти. Таким же образом и политические партии не смогут рассчитывать на поддержку электората, не заручившись его доверием.

Специфика политических публичных рилейшнз была отчетливо сформулирована американским политологом Дж. Гордоном в книге «Государственное управление в Америке», где он отмечал, что если в коммерческом секторе эффективность управления измеряется прибылью или ее отсутствием, то в государственном управлении – политической поддержкой граждан или ее отсутствием [Комаровский 2001: http].

Эффективное использование технологий связей с общественностью – это наиболее действенный метод для достижения стратегических целей, стоящих перед политиками и политическими партиями. Ими могут являться прогнозирование сценария развития ситуации в обществе и гибкая эффективная реакция на изменения окружающей среды, способная повысить шансы реализации политических планов.

Государственные органы не могут произвольно, в одностороннем порядке устанавливать собственные правила в отношениях с населением, не сотрудничая с жителями. Поэтому роль граждан в управлении – это обязательный, важный фактор демократического общества.

Для формирования управляемого имиджа какой-либо политической партии необходимы хорошо продуманные и тщательно спланированные PR-мероприятия. Именно благодаря таким мероприятиям в сознании общественности закрепляется положительный имидж партии, возрастает и укрепляется её престиж.

Подготовленная пресс-службой информация представляется в форме, удобной для передачи общественности (посредством межличностной коммуникации, сообщения в СМИ, организации пресс-конференций, брифингов, «круглых столов», публичных открытых обсуждений, презентаций и т.п.). При этом в большинстве случаев существует необходимость в преодолении различных барьеров, которые мешают нормальному ходу процесса. Например, барьер недоверия, различного рода искажения, которые приводят к изменению исходного сообщения.

Информация оказывает влияние на общество через изменение его состояния. Весь процесс протекает на фоне конкретной обстановки, а реакция общественности изучается с помощью обратной связи. Сведения об этом передаются по каналам обратной связи и используются для корректировки замысла и последующих действий.

В понимании сущности связей с общественностью нередко возникает проблема способа информационного воздействия. Иначе говоря, это, по сути, соотношение пиара и политической пропаганды.

Понятие «public relations» тесно соотносится с понятием «пропаганда» за счет того, что основу этих явлений составляет манипулятивное управление обществом. Однако по своей сути эти понятия различаются.

PR опирается на моральные аспекты: не совместим с дезинформацией и жесткой установкой навязывания определенного мнения; не допускает искажения истины; имеет более мягкую установку: воздействует на общество с целью принять или изменить своё мнение добровольно, или же отвергнуть предлагаемую мысль; предполагает наличие обратной связи (стремление к диалогу).

Пропаганда предполагает стремление внушить какую-либо идею людям без их на то согласия; допускает использование искаженной информации; носит более жёсткий, агрессивный характер; основывается на одностороннем воздействии (использование монолога).

На основе вышеизложенного можно сказать, что все корректные и дозволенные с точки зрения этики формы ведения политической информационной кампании, политического убеждения – это PR, а политическая пропаганда представляет собой агрессивно направленное манипулятивное воздействие на массы с целью формирования общественного мнения.

Политический PR – это достаточно сложный многоуровневый процесс. Он включает в себя несколько мероприятий.

Организация и проведение эффективных кампаний. Предвыборная кампания требует тщательной подготовки, которая включает в себя решение многих проблем, таких как: определение вероятности победы кандидата на выборах, уровень поддержки электората, назначение группы поддержки, определение ее круга работы и потенциала, поиск источников финансирования, итд.

Разработка стратегий. Формирование и формулирование стратегии и тактики предвыборной борьбы включает в себя несколько пошаговых действий, от начала кампании вплоть до самого дня выборов.

Проведение социологических исследований.

Имиджевое сопровождение кандидатов. Одна из главных задач предвыборной кампании – пропаганда высоких личных качеств кандидата. Основная цель при создании имиджа политического лидера – демонстрация положительных качеств и ретуширование отрицательных.

Юридическое сопровождение всей кампании. В ходе работы избирательного штаба обязательно возникают юридические вопросы, связанные с документацией, сроками регистрации кандидата, правом на бесплатный эфир и т.д.



Разработка креативного плана.

Внешний мониторинг.

Работа с организациями (общественными, политическими и другими).

Привлечение региональных и федеральных СМИ.

Противодействие службам конкурирующих кандидатов и партий.

Подготовка и производство наглядной агитации. На этом этапе используются различные приемы наружной рекламы: листовки, щитовая реклама, флаеры, баннеры, растяжки, плакаты и прочие.

Без участия средств массовой информации политический PR неосуществим. В предвыборных технологиях присутствуют два обширных направления. Первое – это взаимодействие с населением; встречи с избирателями, организация различных агитационных акций и т.п. Второе – это агитация электората через средства массовой информации. На данном этапе развития нашей страны основное значение имеет именно последнее направление.

## **1.2 Специфика публичного выступления в политической PR-деятельности**

Рассмотрим подходы к определению понятия публичное выступление.

В широком смысле публичным выступлением называется процесс передачи информации, при котором оратор взаимодействует с аудиторией.

В узком смысле публичное выступление делится на два типа – устное и письменное. Под устным понимается официальный монолог говорящего перед относительно большой и организованной аудиторией, а под письменным – речь с опосредованной и отложенной во времени обратной связью (например, выступление в прессе).

Рассмотрим публичное выступление в рамках PR-акций. Подготовка и произнесение публичной речи зависит от цели PR-акции, в рамках которой она произносится. Важным элементом PR-акции является учет потребностей

и мотивов целевой аудитории и выбор грамотно подобранных, актуальных для слушателей тем публичных выступлений.

Выбрав тему, необходимо правильно ее сформулировать. Основное требование к названию – ясность, четкость, краткость и выразительность. Оно должно быть направлено на завладение вниманием слушателей, и при этом отражать содержание выступления. Удачная формулировка темы настроит аудиторию на восприятие будущей речи.

При выступлении, в котором целевая аудитория – определенная профессиональная группа, можно употреблять в названии речи профессиональные термины. Но если выступление имеет направленность на широкую аудиторию, использование в речи иностранных слов и узкоспециальных терминов недопустимо: это может ухудшить первоначальный настрой аудитории, а также снизить интерес и внимание слушателей к произносимой речи. Длинные формулировки, а также названия, включающие незнакомые слова, действуют на слушателей отрицательно, отталкивая их.

Необходимо использовать более конкретизированные названия, избегая обобщения. Например, формулировка темы выступления «Аспекты здравоохранения» может быть не совсем понятной для слушателей: неясно, что подразумевает выступающий – здравоохранение во всем мире, в отдельной стране или регионе, или же речь пойдет о праве каждого человека на охрану здоровья и медицинскую помощь. Кроме того, возникает вопрос, о каких именно аспектах пойдет речь: об этических, гендерных, правовых или же финансовых.

Общие формулировки темы предполагают освещение многих вопросов, что не под силу осуществить оратору. Поэтому необходимо дать более конкретную формулировку.

Максимально точное название темы выступления необходимо для ораторов в политической сфере, так как это название отчасти должно являться слоганом PR-акции и быть запоминающимся для аудитории.

Если название емкое, но краткое – необходим подзаголовок, уточняющий его. Это будет способствовать тому, чтобы избежать разочарования общественности, которое может возникнуть при условии ожидания услышать нечто иное, а не то, о чем повествует оратор.

Очень важным аспектом является то, что заголовок должен отвечать содержанию речи. Слушатель должен знать, что его ждет. Поэтому тематику выступления нельзя делать слишком общей или двусмысленной.

Можно использовать формулировку в виде вопроса. Но при этом стоит учесть, что ответ на такой вопрос должен быть четким и понятным.

Современная политическая деятельность заставляет ее участников обращаться к услугам спичрайтера – специалиста по подготовке и написанию речей для публичного выступления перед слушателями. Подготовленный текст может публиковаться и в печатных СМИ. Услуги спичрайтеров особенно востребованы в политике, спичрайтинг широко распространён в политических технологиях.

Практически у всех политиков есть собственные спичрайтеры, в чьи обязанности входит составление текстов речей, выступлений. Спичрайтер подбирает нужную информацию для доклада, а также логически правильно выстраивает текст выступления.

Тем не менее, в любой PR-компании, а особенно политической, главенствующую роль играет то, что и как говорит сам политик. Политические деятели постоянно выступают перед общественностью: принимают участие в собраниях и заседаниях, дают интервью или комментарии по радио и телевидению.

Рассмотрим публичное выступление в рамках политических PR-коммуникаций. Политическая коммуникация в современном обществе представляет собой совершенно особую сферу, которая тесно переплетается с социальной и политической структурой общества. Важность исследования современного речевого поведения политиков обусловлена социально-политическими переменами, в связи с чем выдвигаются новые требования к

языку публичного выступления. Поэтому исследование политической коммуникации становится актуальным на сегодняшний день [Стризов 1999: [http](#)].

В речевом обороте термины политическая коммуникация и политический дискурс являются взаимозаменяемыми. Политическим дискурсом называют совокупность всех речевых актов, используемых в политических дискуссиях.

Основными функциями политического дискурса являются осуществление политической власти, убеждение и манипуляция.

Особое место в политическом дискурсе занимает публичная речь политиков, которая имеет специфические особенности, соотносимые как с ораторским искусством, так и с основными характеристиками политического дискурса. Публичная речь выполняет информационную и агитационно-пропагандистскую функции, а также оказывает воздействующее влияние на массы с целью формирования общественного сознания. Важно отметить, что тексты устной публичной речи представляют собой выступления перед аудиторией. Это всегда выступления на публике, они посвящены общественно актуальным темам. Устная публичная речь реализуется в виде выступления оратора [ Русецкая, Ямов 2010: 144-147].

В публичных выступлениях политиков можно проследить одну важную характерную черту – единая цель для всех политических ораторов – это оказание желаемого речевого воздействия на аудиторию, ее эмоциональную сферу и сознание в целом. Главная задача политика – убедить, призвать, переманить на свою сторону слушателей, заручиться их доверием.

Жанр публичной речи имеет свою специфику, которая определяет многие коммуникативные умения ее адресанта, и определяется целью речевой ситуации. Рассмотрим и охарактеризуем жанрообразующие признаки публичного выступления. Ему присущи: развернутость (этим отличается от обычной речи); адресованность определенной аудитории;

ориентация на определенные нормы (соблюдение этих норм характеризует речевую культуру политика); логичность (элементы публичной речи не должны противоречить законам логики). Противоречие способно дезориентировать аудиторию и ввести ее в заблуждение. Также для публичной речи характерна монологичность (встречается чаще всего, рассчитана на пассивное восприятие, например, выступление на лекции, собрании и т. д.); целевая направленность на информирование слушателей и оказание на них желаемого воздействия (убеждение, внушение, воодушевление, призыв к действию и т. д.).

Задача политической публичной речи – оказание влияния на формирование общественного мнения. Помимо этого, в современном политическом мире важным аспектом является завоевание доверия слушателей. Заручиться доверием возможно при помощи особых методов вербального характера. К ним относится, во-первых, учет того, что аудитория охотнее верит отрицательным фактам, но при этом нет смысла сочинять о себе информацию в негативном ключе, иначе это может испортить впечатление. Стоит также учесть, что если аудитория верит одному факту, то она автоматически переносит свое доверие и на другую сообщаемую ей информацию. Во-вторых, необходимо стремиться найти точки соприкосновения с аудиторией и моменты, показывающие, что выступающий – свой человек. В-третьих, требуется адаптация своего сообщения для наибольшего количества получателей информации.

Существует три фактора, влияющих на установление доверия: надежность – это общая характеристикам лидера, которая ассоциируется с такими чертами, как «добропорядочный», «спокойный», «справедливый»; компетентность, под которой подразумевается квалификация, опытность и владение информацией; активность – предполагает стремительность развития действий, предприимчивость, инициативность, агрессивность.

### **1.3. Отличительные признаки политической речи. Роль речи в формировании имиджа политика**

Политическая коммуникация играет важную роль в формировании имиджа политика. Политический имидж – это своеобразное представление о политическом лидере, деятеле или партии, закрепившееся в массовом сознании населения, оказывающее влияние на авторитет и популярность его носителя.

Структура имиджа политического лидера включает в себя: объективный (его еще называют реальным) имидж, – это впечатление, формируемое у электората о кандидате; субъективный имидж – это представление в глазах избирателей о кандидате и о том, кем он является; идеальный – максимально идеальный имидж кандидата для избирателя; моделируемый имидж – то, что получается из кандидата после работы с ним профессиональной команды [Крайтерман 2006: [http](#)].

Имидж политика складывается из ряда компонентов, которые, в идеале, должны быть направлены на создание целостного образа. К этим компонентам относится политическая принадлежность; моральные и деловые качества (честность, порядочность, профессионализм); внешность (рост, вест, тип, телосложение, харизма и т. д.); биография. Один из важнейших компонентов имиджа – это манера поведения и общения, умение выражать свои мысли посредством красивой и правильной речи.

На формирование имиджа политика оказывают воздействие PR-технологии. Среди них выделяются благотворительная деятельность – оказание бескорыстной помощи (в частности, материальной) избирателям, которым это необходимо; имиджевые акции; политическая реклама – комплексные мероприятия, благодаря которым производится и распространяется печатная и визуальная продукция при помощи средств избирательного фонда и т. д. В аспекте нашего исследования важной

представляется технология спичрайтинга – профессионального написания текста, предназначенного для публичного выступления.

Оратор может ставить перед собой задачи, которые находятся в зависимости от его собственных интересов и условий коммуникативной ситуации: донести информацию до аудитории; убедить аудиторию в истинности излагаемых фактов; сообщить о занимаемой позиции относительно ряда фактов; создать определенный эмоциональный настрой.

Политическая речь отличается от обыденной по нескольким критериям: политическая лексика представляет собой грамотно построенную речь, которая наполнена терминологией; дискурс имеет специфическую структуру благодаря использованию различных речевых приемов; реализация дискурса также имеет свои особенности. Это выражается в письменном и звуковом оформлении.

В политической риторике роль естественных доказательств выполняют цифры, фактические данные, письменные свидетельства, в том числе и высказывания оппонентов, рассказы очевидцев. Логические доказательства строятся либо на дедукции – переходе от общих рассуждений к частным, либо на индукции – переходе от частного к общему. Оратор способен использовать различные виды аргументации в зависимости от цели коммуникации и жанра выступления.

В процессе взаимодействия политика с аудиторией осуществляется вербальное воздействие на общество посредством использования манипуляций над его сознанием, что способно повлечь за собой изменение мировоззрения. Это воздействие реализуется при помощи различных коммуникативных стратегий и тактик.

**Коммуникативная стратегия** – это общий план действий, направленный на достижение конкретных целей. В рамках стратегии воплощается в жизнь тактика – пошаговая деятельность на пути к достижению цели.

Виды коммуникативных стратегий:

**Дискредитация противника** или «игра на понижение» – вызов недоверия к персоне оппонента, к его авторитетности. Сообщение ложной или искаженной информации о конкуренте. Тактики, использующиеся в стратегии:

**Анализирование отрицательных сторон.** Описание ситуации в негативном виде. Сопровождается в тексте различными средствами выразительности, такими как метафора, сравнение, синтаксический параллелизм, повтор, градация итд.

**Тактика обвинения.** Используется в арсенале большинства политических деятелей. Суть тактики состоит в присваивании вины сопернику в какой-либо проблеме.

**Тактика безличного обвинения.** Означает, что политический деятель говорит о неблагоприятной обстановке дел, но при этом не дает никакой открытой конкретики в адрес виновника-оппонента.

**Тактика обличения** – использование аргументации, приведение различных доводов, доказывающих вину личности.

**Тактика оскорбления.** Подразумевает нанесение обиды, унижение оппонента, которое сопровождается повышенной эмоциональностью вместо использования аргументации.

**Тактика угрозы** предполагает запугивание соперника, намерение причинить физический или материальный ущерб или иной вред.

**Тактика размежевания** – выстраивание политиком оппозиции «свои-чужие». Таким образом, происходит демонстрация поведения «я не такой, как они».

**Стратегия «игры на повышение»** - стремление увеличить по максимуму свою значимость в глазах слушателей, тем самым возвышая себя над конкурентом. Тактики, использующиеся в стратегии:

**Анализирование положительных сторон.** Описание ситуации со светлой, хорошей ее стороны.



**Тактика презентации** – это демонстрация образа политика в привлекательном виде.

**Тактика самопрезентации** – это демонстрация самого себя в привлекательном виде.

**Тактика отвода критики** состоит в приведении фактов и доводов, опровергающих критику оппонента и позволяющие оправдать самого себя.

**Стратегия театральности.** Представляет собой «сценический» подход к ситуации, где в эпицентре внимания зрелище (противоборство политических сторон), которое наблюдают зрители (избиратели). Например, предвыборные дебаты, в ходе которых оппоненты стремятся произвести впечатление не друг на друга, а на электорат. В стратегии театральности используются следующие тактики:

**Тактика побуждения.** Представляет собой воздействие, направленное на совершение какого-либо поступка в интересах говорящего или принятие его точки зрения. Зачастую сопровождается восклицанием.

**Тактика предупреждения** – представляет собой предостережение о возникновении возможных ситуаций, событий или действий.

**Тактика информирования** – представляет собой приведение статистических данных, информирующих аудиторию о том или ином событии или явлении.

**Тактика прогнозирования** – это предвидение изменения политической обстановки в стране.

**Тактика обещания.** Представляет собой добровольное обязательство оратора сделать, выполнить что-либо.

## **Выводы к главе I**

Сущностью политического PR является установление конструктивных отношений посредством политического взаимодействия между властью и населением.

Политический PR – это сложный многоуровневый процесс, который включает в себя организацию и проведение эффективных кампаний; разработку стратегий; проведение социологических исследований; имиджевое сопровождение кандидатов; юридическое сопровождение всей кампании; разработку креативного плана; внешний мониторинг; работу с организациями (общественными, политическими и другими); привлечение региональных и федеральных СМИ; противодействие службам конкурирующих кандидатов и партий; подготовку и производство наглядной агитации.

Специфика публичного выступления в политической PR-деятельности состоит в процессе передачи информации, в ходе которого политик взаимодействует с аудиторией. Единая цель для всех политических ораторов – это оказание желаемого речевого воздействия на аудиторию, ее эмоциональную сферу и сознание в целом. Главная задача политика – убедить, призвать, переманить на свою сторону слушателей и заручиться их доверием. Последнее осуществляется с помощью стремления найти точки соприкосновения с аудиторией и моментов, показывающих, что выступающий – свой человек, а также адаптации своего сообщения для наибольшего количества получателей информации.

Роль речи в формировании имиджа политика заключается в целевой направленности воздействия на массовое сознание. Политическая речь выполняет информационную и агитационно-пропагандистскую функции, а также оказывает влияние на формирование общественного мнения. Это воздействие реализуется при помощи различных коммуникативных стратегий (дискредитации противника, «игры на повышение», «театральности» и др.), которые реализуются посредством коммуникативных тактик.

Оперируя коммуникативными стратегиями и входящими в них тактиками, обладая обширным словарным запасом и владея ораторским

мастерством в целом, политический лидер способен воздействовать на людей, заручаясь их поддержкой и признанием.

У каждого политического деятеля есть речевые особенности, влияющие на формирование его имиджа, такие как тембр голоса, темп, ритм, дикция, интонация и манера произношения. Таким образом, имидж каждого конкретного политика имеет индивидуальное речевое выражение, отличное от других. Это способствует закреплению положительного или отрицательного образа в сознании масс. Речь политического деятеля может соответствовать сформировавшимся о нем представлениям, но может и противоречить им.

## **2. Коммуникативные стратегии и тактики в выступлениях российских политических деятелей**

### **2.1 Сравнительный анализ речевых портретов В.В. Жириновского и Г.А. Зюганова**

Образ Владимира Вольфовича Жириновского сложился достаточно давно. Одни воспринимают его как демагога и клоуна, который абсолютно все делает напоказ, а для других это человек достойный восхищения, талантливый лидер, обладающий нестандартным мышлением и харизмой. По словам самого политика, отождествляя себя с клоуном – главной фигурой в цирке, он утверждает, что цирк – это и есть та самая сфера, которая его окружает.

Речевой портрет личности политика включает голосовые характеристики, стилистику речи, отличительные черты речи и поведения. У В.В. Жириновского неравномерный голос: зачастую его тембр изменяется от спокойного до истеричного, а сама речь сопровождается яркой экспрессивной окраской, моментально обращающей внимание слушателей на оратора. Отличительные черты речи и поведения лидера фракции – это

богатый словарный запас и умелое использование выражений, позволяющее поддерживать и развивать любую тему; способность выкрутиться из любой ситуации; наступательная тактика речи; пафосная интонация; разговорный стиль, например, в интервью «Комсомольской правды» (рубрика «Об автомобилях».): *«Сажусь в драндулет и гоняю по улицам. Народ балдеет, глазам не верит - Жириновский в горбатом «Запорожце». А вообще хочу дожить до времени, когда в «Волгу» и «Жигули» наш народ будет садиться с таким же трепетом, как и в «Мерседес». Позор - в космос летаем, а сделать приличную машину не можем...»* [Я сидел в тюрьме. Из-за Маркса 2003: <http>].

Помимо вышеперечисленных, еще одной речевой особенностью является использование политиком риторических вопросов: *«Ну кто для меня может быть кумиром? Филипп Киркоров? Хороший певец, не больше.»*; *«Ну и кто оказался прав? Я!»* [Я сидел в тюрьме. Из-за Маркса 2003: <http>].

Также речь политического лидера характеризуется несдержанностью и чрезмерной эмоциональностью, ему присущи маловыразительные жесты, преимущественно открытые или указывающие. В целом выступление политика носит напористый и провокационный характер, местами оскорбительный для аудитории.

Отличительной чертой Владимира Вольфовича является нестандартный способ мышления, который позволяет ему справляться с любой задачей и с легкостью выходить из любого положения.

Партийному лидеру вовсе не чужда простота текстов. Все его речевое и невербальное поведение направлено на овладение вниманием избирателей и хорошо воспринимается слушателями. Сложившийся имидж политика запоминаем и узнаваем аудиторией благодаря агрессивному и эксцентричному поведению лидера.

В.В. Жириновский постоянно оперирует словами – «визитными карточками», такими как *«подонки»* и *«однозначно»*, часто употребляет в своей речи личное местоимение «я». А многие его фразы, такие как *«Хватит*

*это терпеть!»*, «Он сегодня скажет, а завтра его повесят», широко известны и повторяются.

Доверие аудитории лидеру ЛДПР обеспечивает его манера общения в тоне повседневной бытовой непринужденной беседы. Например, в ходе интервью: *«Не могу сказать, что учеба представляла для меня какую-то сложность. Как у нас принято выражаться, «брать задницей» – упорно сидеть в библиотеках и заниматься зубрежкой – не приходилось. Веселое было время, компанейское. Ведь лучших друзей, чем в студенческие годы, сыскать трудно. Я с удовольствием вспоминаю, как мы позволяли себе расслабиться. Особенно в общагах во время праздников. Что мы там только не вытворяли!»* [ЛДПР. Время Жириновского 2007: 7].

Вместе с этим В.В. Жириновский прослыл знаменитым скандалистом и хамом, вступающим в драки. Но подобная слава не портит, а лишь улучшает репутацию Владимира Вольфовича. *«Пишут обо мне много, но в основном все в стиле стеба. Я не против. Раз я на виду, пожалуйста, изгаляйтесь. Но вы на 30 процентов стебайтесь, а на семьдесят-то пишете серьезное»*, говорит Жириновский [Я сидел в тюрьме. Из-за Маркса 2003: <http>].

Так же, как и Владимир Вольфович, Геннадий Андреевич Зюганов в своих словах и действиях ориентирован на народ. Руководитель фракции в Госдуме предан коммунистической идеологии. Соответственно люди, поддерживающие лидера и голосующие за его партию – коммунисты, которые убеждены в том, что не стоит что-либо менять и нужно возвращаться к истокам коммунистического строя, поскольку, по их мнению, раньше жить было лучше, чем сейчас.

Манера поведения лидера КПРФ и речевые аспекты во многом отличаются от стиля речи В.В. Жириновского. Это проявляется в речевом портрете: у Г.А. Зюганова голос спокойный, равномерный, приятного тембра. Он излагает мысли простым, доступным языком, понятным для слушателей; его речь и поведение характеризуются уверенностью в своих словах и действиях, отсутствием пафоса в интонации, обилием разговорных

и просторечных слов: *«Ну, можно все отдать бандитам, и полицейским, и олигархам. И жить в этом криминальном обществе и мучиться. Смотреть, как прыгают цены с утра до вечера, копаться в мусорных ящиках. На 3000 рублей пенсионер не может сегодня прожить. У него выбор или коммуналку платить, или кусок хлеба купить. Другого выбора нет»* [Дискуссия Г.А. Зюганова с журналистами 2007: <http>].

Также речевое и политическое поведение Г.А. Зюганова отличается сдержанностью, уравновешенностью, использованием конкретики, отсутствием поспешных решений, упорством и профессионализмом. Г.А. Зюганов демонстрирует понимание нужд и проблем простых людей, заботу о проблемах народа: *«Почему скачут тарифы на услуги ЖКХ, а цены растут гораздо быстрее, чем зарплаты, пенсии и стипендии?»*; *«Кто будет нести ответственность за десять миллионов безработных?»* [Предвыборная программа КПРФ 2011: <http>].

Г.А. Зюганов использует выразительные жесты; характерный жест – вытянутая вперед рука.

Наиболее часто в своей речи Зюганов использует местоимение первого лица множественного числа «мы». В общем, о Зюганове сложилось мнение, что он – сильная личность, разносторонняя фигура и человек, за которым стоит партия. Его имидж уже прочно вошел в политическое сознание и закрепился в нём.

## **2.2. Анализ текстов публичных выступлений В.В. Жириновского на предмет использования коммуникативных стратегий и тактик**

Рассмотрим политические тексты В.В. Жириновского на предмет использования политиком коммуникативных стратегий и тактик:

### **1. Программная статья для газеты «Известия» под названием «Куда двигаться в России»**

В начале своей речи политик использует **стратегию театральности**. Она реализуется за счет ряда тактик:

**Тактика побуждения:** *«...Вот и давайте будем себе избирать правителя России или главу России. Поменяли же мы парламент на Государственную думу...»* – предлагает В.В. Жириновский. Прибегая к данной тактике, лидер партии ЛДПР побуждает народ к свершению перемен. На протяжении всей речи политик возвращается к побуждению еще четырежды.

Во-первых, когда говорит о том, что нужно прекратить помогать и потакать Западу, а вместо этого направить все усилия в нужное русло – на развитие собственной страны. Используя средства выразительности – метафору *«слезть с сырьевой иглы»* и инверсию *«иглу продовольственную»* для большей эмоциональной окрашенности, В.В. Жириновский призывает: *«...Мы должны не только сами слезть с сырьевой иглы, на которую подсели последние двадцать лет, но и полмира посадить на иглу продовольственную, то есть завалить другие страны своими продуктами...»*

Во-вторых, рассуждая о высокой смертности мужской части страны, политический деятель снова призывает к действиям: *«...Пора самым серьезным образом заняться этой проблемой...»*

В-третьих, упоминая об условиях, в которых живут пожилые люди, В.В. Жириновский утверждает: *«...Нужно избавиться от порочной практики и перестать увольнять с работы пенсионеров до тех пор, пока они сами не захотят уйти на заслуженный отдых...»*

В-четвертых, описывая состояние страны после кровопролитных войн, бесчисленных потерь и различных реформ, которые обманывали ожидания народа, В.В. Жириновский утверждает, что ослабление страны нужно исправлять новыми преобразованиями на благо России и вновь призывает к активным действиям: *«...Мы опустошены и надломлены. Но все-таки действовать надо! Из последних сил, но надо!»* Для привлечения внимания к

своей персоне политический деятель использует прием восклицания, чтобы усилить эмоциональное воздействие на слушателей.

В рамках этой же стратегии мы можем проследить использование **тактики информирования**. Описывая неблагоприятную обстановку в стране в данный период времени, лидер фракции приводит статистические данные, но при этом не сопровождает их личным мнением, а просто констатирует факт проблемы: *«...Россия вышла на первое место в мире по количеству употребляемого героина (21% от общемирового производства) и занимает третье место по числу наркоманов...»; «...За последние 10 лет, о которых вы говорите, с карты России исчезло 13,3 тыс. деревень и 298 малых городов, а на севере страны численность населения сократилась более чем на 40%...»*

Следующая тактика, которую использовал политик, – тактика **прогнозирования**. Рассуждая о честности при проведении выборов и принятии партиями правильных решений, В.В. Жириновский предсказывает дальнейшее развитие событий: *«...И тогда ощутимо возрастает роль политических партий, а соответственно, и избирателей, которые голосуют за эти партии...»*

На протяжении всей речи политик возвращается к прогнозированию еще раз, когда утверждает, что Россия стала на новый путь: *«...На этом пути ее ждут большие победы, радость, удовлетворение и счастье абсолютного большинства замечательных граждан великой прекрасной родины...»*

В рамках стратегии театральности лидер фракции ЛДПР трижды использует **тактику предупреждения**. Первый раз, когда говорит о практически безграничной власти, данной президенту РФ: *«К чему может привести подобная концентрация власти в одних руках, думаю, объяснить не стоит. Люди на митингах уже кричат: «Долой самодержавие» – и отчасти они правы...»*

Второй раз он затрагивает проблему возникновения межнациональных конфликтов, обусловленных, по его мнению тем, что деление внутри



государства проходит по национальным границам, а должно осуществляться по губерниям. *«...Все это способствовало распаду СССР. И Россию ждет та же участь, если мы не откажемся от национальных границ внутри своей страны...»*, – говорит политик. Он рассуждает о необходимости принятия решительных мер для спасения страны и предупреждает о том, что будет, если этого не сделать.

В третий раз, используя тактику предупреждения, В.В. Жириновский продолжает красочно описывать начатую им тему торможения развития России: *«...Если в стране не наступит никаких изменений, то могут начаться очень неприятные процессы, сопровождаемые тысячами трупов и иностранным вмешательством. Вот к чему приводит застой!»*

Ещё одной тактикой, используемой политиком в рамках данной стратегии является **тактика размежевания**. К ней Владимир Вольфович прибегает дважды. Первый – когда рассуждает о недалёковидности существующей кадровой политики: *«...Мы убежденные противники недалёковидной кадровой политики. Не должен бухгалтер заниматься здоровьем, кардиолог – коровами, а журналист – оборонной промышленностью...»*, а второй – когда стремится показать, что к негативным событиям, происходящим в государстве, он не имеет никакого отношения: *«...Государство, которое выжало все соки из организма, не помогает и не заботится. Я давно пытаюсь привлечь внимание к проблеме матерей-одиночек, постоянно говорю о демографических проблемах, предлагаю варианты, как снизить количество аборт...»*. Прибегая к данной тактике, политический деятель выстраивает оппозицию «свои-чужие», тем самым противопоставляя себя ныне действующей власти.

Следующая стратегия, которую использует В.В. Жириновский – это **дискредитация противника**. Она реализуется за счет ряда тактик.

**Тактика анализа отрицательных сторон.** По словам политического деятеля, *«...Россия должна быть единой централизованной страной, в которой не осталось бы места для региональных князьков,*

*поддерживающих взяточников, экстремистов и террористов, пытавшихся взять «столько суверенитета, сколько смогли бы проглотить». Деление внутри государства должно проходить не по национальным границам, а по губерниям, как это было принято в Российской империи. Поэтому в ней практически не было межнациональных конфликтов...»*

Здесь мы видим, что политический лидер рисует ситуацию в негативном ключе, но делает это объективно и непредвзято, анализируя данные.

В.В. Жириновский использует такие средства речевой выразительности как:

- **сравнение** при помощи союза «как»: сопоставляется Российская империя прошлой эпохи и Россия в настоящее время;
- **градацию** с употреблением союзных сочетаний «...столько суверенитета, сколько смогли бы...».

На протяжении всей речи политик возвращается к анализу отрицательных сторон еще четырежды.

Во-первых, когда говорит об унижении и несправедливости русских людей: «...Почему Узбекистан считается страной узбеков, Грузия – страной грузин, а Россия – «многонациональное государство»? Как так получилось? В российской Конституции, Основном законе страны, нет ни слова о русских. Это не унижение, не угнетение по национальному признаку? Это неправильно и несправедливо!»

Во-вторых, рассуждая о неблагоприятной атмосфере в стране: «...В России на русских давят и в прямом, и в переносном смысле. И политически, и социально. Потому что вся жизнь такая – все время издеваются...»

В-третьих, упоминая об аспектах российского образования, в частности, экзаменах для поступления в ВУЗы: «ЕГЭ я вообще считаю откровенным издевательством над образованием. Вместо того чтобы учиться думать, дети и юноши зубрят ответы на вопросы... Возможность фальсификаций на экзаменах возрастает в сотни раз. Например, по данным

*Министерства образования РФ, наибольшее количество учеников по стране, набравших 100 баллов за ЕГЭ по русскому языку, живет и учится в Дагестане. Кто-либо в это поверит?»*

В-четвертых, анализируя ситуацию в России, относительно здравоохранения и человеческого труда: *«...В нашей стране не привыкли заботиться о людях, уважать человеческий труд...Это недостойно великой страны...Мы прощаем многомиллиардные долги зарубежным странам, мы оказываем всем гуманитарную помощь, но у нас нет денег для своих матерей и отцов!»*

Тактика анализирования отрицательных сторон реализуется путём использования политиком приема риторических вопросов и восклицаний. Таким образом, лидер партии ЛДПР старается произвести впечатление на публику и запомниться ей.

В рамках этой же стратегии можно проследить использование **тактики обличения**: *«...Сельское хозяйство в упадке, регионы задыхаются от безработицы. Но вместо разработки эффективной программы помощи своим гражданам, вместо содействия в их трудоустройстве наши чиновники завозят в страну гастарбайтеров в неограниченных количествах...»*. Здесь В.В. Жириновский констатирует факт проблемы, которая является актуальной на данный момент, и приводит аргумент в качестве доказательства своего высказывания.

Помимо вышеперечисленных, в стратегии дискредитации присутствует еще одна **тактика – безличное обвинение**. *«...У нас же почему-то принято все поручать-перепоручать, ряд министерств выполняют заведомо несвойственные им функции...»*

Повествуя о хаосе, возникающем при решении проблем некомпетентными людьми, лидер фракции говорит о том, как неутешительна ситуация, в которой оказалась Россия, но не упоминает того или тех, кто является всему этому виной.

На протяжении всей речи политик возвращается к безличному обвинению еще четырежды.

Во-первых, когда рассуждает об отсталости страны: *«Почему мы постоянно в последнем вагоне – сначала в европейском, а теперь уже и в азиатском? А потому, что страной правили и правят некомпетентные люди...»*

Во-вторых, описывая сложившийся в обществе миф о пьющей России: *«...В других странах пьют ничуть не меньше. Но там – качественный алкоголь, проверенный, лицензированный, от которого минимум вреда организму. А в России народ травят постоянно и безнаказанно...»*

В-третьих, утверждая о факте лжи: *«Нам постоянно врут. Говорят, что все хорошо, что у нас стабильность, что скоро будет еще лучше... Нас кормят мифами и сказками...»*

В-четвертых, говоря о невыполненных обещаниях ныне действующей власти: *«...Зато как кормят обещаниями: «Мы создадим современные условия для жизни на селе». Послушайте, но почему же до сих пор не сделали?»*

Все эти утверждения в рамках тактики безличного обвинения объединяет то, что политический деятель говорит о неблагоприятной обстановке дел в стране, но при этом не дает никакой открытой конкретики в адрес виновника-оппонента.

## **2. Обращение кандидата на должность Президента России**

В начале своего выступления политик использует **стратегию театральности**, которая реализуется за счет ряда тактик.

**Тактика размежевания.** *«...В своих обращениях, выступлениях и книгах я всегда касаюсь самых острых тем – таких, о которых другие политики стараются не вспоминать...»*, – говорит В.В. Жириновский, тем самым выстраивая оппозицию «свой-чужие» и противопоставляя свои поступки действиям других политиков.

Политический деятель прибегает к данной тактике еще раз, когда говорит о действующей власти, законах, которые она рассматривает и принимает. *«...Опять они собрались в кабинетах: вот этим дадим, вот это разрешим, здесь запретим. А когда же мы с вами будем решать?! Я тебе говорю, избиратель, – все то, что они сейчас предлагают, ЛДПР предлагает уже 22 года!».*

Упоминание об интересах народа свидетельствует о том, что В.В. Жириновский не просто лидер партии и кандидат на должность президента, он ещё и представитель самого народа. Все эти действия являются пиар-ходом, необходимым для привлечения на свою сторону как можно большего количества избирателей.

Следующая тактика в арсенале политика – это тактика **побуждения**. Жириновский прибегает к данной тактике, когда предлагает сменить название должности президента на должность Главы России или Верховного правителя: *«...Вы, народ, сами определите, что вам больше нравится...»*; когда агитирует *«бешеными темпами развивать сельское хозяйство»*; когда призывает приглядеться к правящей власти, которая, по его мнению, обманывает население: *«Помни об этом, избиратель, когда пойдешь голосовать!»*; когда агитирует избирателей отказаться от голосования в пользу КПРФ и «Единой России» и вместо этого отдать свой голос ЛДПР: *«...Пенсионеры должны хотя бы перестать голосовать за КПРФ, за «Единую Россию» и их кандидатов на президентских выборах... Потому что эта власть как ничего не делала для них, так и не сделает...»*; когда подталкивает к выбору: *«...Ты, избиратель, должен определиться – с кем ты, с питерским тандемом или же с тем, кто реально борется за интересы народа...»*; когда побуждает проголосовать *«не за кремлевского кандидата, не за псевдооппозиционные фигуры»*, а за свою партию; когда предлагает поддержать свою кандидатуру: *«...Поддержи мою кандидатуру, товарищ, и 5 марта ты проснешься в другой стране, с другой экономикой, с другой*

*армией, с другим образованием, с другим здравоохранением...»*; и, наконец, когда обращается с призывом: *«Хватит это терпеть!»*

На протяжении всей своей речи, применяя тактику побуждения, лидер фракции обращается «на ты» к самому избирателю. Он называет последнего *друг, товарищ, брат, простой русский человек*. Тем самым политик показывает, что находится «на одной волне с народом», а следовательно, заслуживает доверия.

На протяжении всего своего обращения В.В. Жириновский неоднократно использует **тактику обещания**. В случае победы на выборах он обещает:

- добиться изменений в Основном законе страны;
- предоставить объемную статистику, касаемо войн, революций, пострадавших итд;
- отменить статью УК РФ о возбуждении ненависти либо вражды, а равно унижению человеческого достоинства;
- обеспечить всех молодых специалистов хорошими рабочими местами с достойной зарплатой;
- решить проблему жилья для офицеров, повысить жалование и пенсию;
- выявить и наказать тех, кто нарушал установленный Конституцией порядок. Побороть коррупцию;
- «возродить отечественную промышленность и дать людям рабочие места и достойную зарплату»;
- заняться решением всех назревших проблем;
- восстановить смертную казнь за особо тяжкие преступления;
- запретить ношение любых видов оружия;
- вернуть всех из эмиграции: *«никто больше не будет покидать Россию»*;
- примирить: *«три России – царскую, советскую и нынешнюю»*.

Таким образом, лидер партии ЛДПР гарантирует, что государство позаботится обо всех сферах нашей жизни и вернет гражданам России спокойствие.

Следующая тактика, которую применяет политический деятель – это **тактика информирования**. Здесь политик использует статистические данные, чтобы показать полноту картины при сравнении настоящего (мирного) времени и периода Великой Отечественной войны: *«...Только беженцев одних 9 миллионов появилось! Это больше, чем во время Великой Отечественной войны! Экономике раздолбали на 70% – больше, чем после нашествия фашистов, тогда 50% сохранилось. Погибло гражданских лиц 15 миллионов, а в Великую Отечественную – 18 миллионов...»*

В рамках этой же стратегии мы можем последить использование **тактики прогнозирования**. *«...У нас же до сих пор нет четкой национальной идеи! Вот когда мы самоопределимся, когда четко заявим о своих национальных интересах и начнем развиваться в этом направлении, тогда и ситуация изменится коренным образом...»*, – прогнозирует политик.

На протяжении всей речи политик возвращается к данной тактике еще трижды.

Во-первых, когда говорит о том, что нет необходимости в референдуме, если есть возможность выложить идею в Интернет на одобрение общества: *«...Новое поколение скажет – не нужны референдумы, не нужно тратить народные деньги на избирательные участки, вот наше мнение. И в течение дня проголосуют. Таким образом, получится, что условное большинство проголосует за Верховного правителя России...»*.

Во-вторых, рассуждая о многонациональности и самодостаточности России: *«...Нам вовсе не обязательно к кому-то примыкать. Нам достаточно стать самими собой, и тогда все у нас наладится. И вот тогда и Европа, и Азия – сами протянут нам руки и попросят быть их партнерами. А мы еще подумаем, выгодно ли нам это партнерство...»*.

В-третьих, описывая будущее, которое наступит, если он займет пост Президента: *«...С глубоким уважением и завистью на тебя будет смотреть иностранец, сознавая, что ты – гражданин великой ядерно-космической державы, которая вершит судьбу мира. А Москва станет одной из главных*

*столиц человечества, и каждый день в Кремль через Боровицкие ворота будет ездить на работу глава твоего государства – Владимир Жириновский...».*

В рамках стратегии театральности лидер фракции ЛДПР использует трижды **тактику предупреждения**. Первый раз – когда рассуждает о затяжном сроке нахождения у власти Главы государства: «...*Если так пойдет дальше, к чему мы придем? К абсолютной монархии?*». Для усиления эмоциональной окрашенности речи политик использует прием риторического вопроса.

Второй раз – когда говорит о проекте переселения в русские регионы северокавказских народов: «...*Сразу вопрос: а зачем это нужно? Мало нам конфликтов на национальной почве вроде того, что имел место в Кондопоге? Будет еще больше!*».

Третий раз – когда анализирует правление Владимира Путина: «...*Мы так дождемся, когда Путин, увешанный орденами героя, превратится в Брежнева! Но к этому моменту окончательно все сгниет и разложится, и спасти Россию будет уже невозможно...*».

Следующая стратегия, которую использует В.В. Жириновский – это **дискредитация противника**. Она реализуется за счет ряда тактик:

**Тактика анализирования отрицательных сторон.** Повествуя о безграничном правлении одних и тех же лиц, политик описывает ситуацию с негативной стороны: «...*Нас что, дураками считают? Говорят, что есть ограничение в два срока. Но если этот пункт так легко обойти, то какое же это ограничение? На бумаге – два срока, а на деле получается – сколько угодно...*».

На протяжении всего своего обращения В.В. Жириновский неоднократно использует данную тактику:

- когда вспоминает о «холодной войне», настигнувшей Россию: «...*Мы, к сожалению, постоянно шли на уступки западу. В итоге мы потерпели*



*поражение в «холодной войне» и ушли, полностью потеряв свое влияние в регионе...»;*

- когда рассуждает о том, что вместо развития сельского хозяйства внутри своей страны государство дает работу чужим крестьянам и поощряет ввоз импортной, порой недоброкачественной продукции;

- когда описывает ситуацию давления Северного Кавказа на русское государство: *«...Полно боевиков в горах, бродят там, убивают наших туристов... Они уважают только силу. А раз мы от них откупаемся, значит, мы слабы, и можно нас давить. Вот они и давят. А мы прогибаемся – все больше и больше денег им отстегиваем...»;*

- когда обращает внимание на российский спорт, описывая ситуацию как плачевную: *«...А теперь нам гордиться особенно нечем. Мы с треском проигрываем одну олимпиаду за другой, уже даже и в тройку стран-призеров не входим... Мы – бывшие чемпионы и рекордсмены по медалям – теперь числимся середнячками как в политике, так и, соответственно, в спорте...»;*

- когда говорит о российском телевидении как о «*рассаднике чернухи*», подразумевая негативное влияние этого средства массовой коммуникации на аудиторию;

- когда рассуждает о проблемах армии, таких как дедовщина и утрата боеспособности, а также об экономических проблемах, вызванных тем, что *«мы разучились производить, ничего почти не создаем, а только торгуем природными богатствами»;*

- когда утверждает, что *«нашу страну захлестнула волна импорта»*, а тем временем в стране царит безработица;

- когда старается показать с негативной стороны деятельность М. Прохорова и Г. Зюганова;

- когда утверждает, что каждый заслуживает честности: *«...Нам надоело, что нас держат за быдло и не считаются с нами. Мы и наши предки создавали Россию по камешку, по кирпичику, неужели же мы не заслужили того,*

*чтобы нам говорили правду. Мы больше не хотим вранья, мы устали от него. Мы против крови, против уличных беспорядков и столкновений...»*

Здесь используется прием повтора – неоднократного упоминания в речи одних и тех же фраз «мы» и «нам», «против», «по камешку, по кирпичику».

Следующая тактика в рамках стратегии дискредитации – это **безличное обвинение**. В.В. Жириновский использует ее в своей речи наряду с тактикой анализирования отрицательных сторон:

- когда обвиняет правительство в нежелании серьезных изменений, но не указывает на конкретные лица;
- когда говорит, что в выгорании половины России виновата не природа и засушливый климат, а ликвидация класса лесников: *«...Кто-то решил сэкономить на зарплатах лесников, а в результате ущерб от пожаров был нанесен колоссальный...»*;
- когда рассуждает о кадровой политике страны: *«...На должности назначают не в связи с профессиональными навыками, а в связи с лояльностью к власти...»*;
- когда обвиняет правительство в наплевательском отношении к народу и в поощрении уличных протестов, которые привели к попыткам организации оранжевой революции;
- когда обращает внимание на проблему истребления населения при помощи некачественного алкоголя: *«...Надо хотя бы хорошую водку продавать, но нам ведь продают паленую, и ежегодно гибнет от нее больше, чем в авариях на дорогах...И никто за эти преступления ответственности не несет...»*;
- когда говорит о российской молодёжи: *«...Нашу молодежь вообще называют «потерянным поколением», а почему так? Кто его «потерял»? Разве не само государство? Молодежью никто не занимается, до нее никому нет дела...»*;
- когда вспоминает о литературных произведениях и обвиняет государство в том, что оно не поддерживает своих писателей;

- когда рассуждает о коррупции, взяточничестве и казнокрадстве, процветающих в стране: *«...Такого откровенного воровства не было ни при царе, ни при коммунистах... За последние годы из России было вывезено несколько триллионов долларов...».*

В рамках стратегии дискредитации В.В. Жириновский использует **тактику обличения**. По словам политика, глава Совета муфтиев России виновен в разжигании межнациональной розни: *«...Равиль Гайнутдин заявил, что русские не хотят работать, а после получения зарплаты пропадают на 15-20 дней, а все это время станки стоят. А вот мигранты, по словам, Гайнутдина, не пьют, дисциплинированы, честны и так далее. Но это же в чистом виде разжигание! Это оскорбление русских!».*

Далее лидер фракции применяет данную тактику, рассуждая о внешнеполитической обстановке в стране: *«...Великобритания, боясь потерять свое положение, искусственно устраивала разного рода интриги и провокации...Британия начала натравливать на Россию различные государства Европы, обозначив нашу страну как главную угрозу для Запада... В XX веке место Британии заняли США, расширяя НАТО...».*

Таким образом, политик привел аргументы и факты, подтверждающие виновность других стран в том, что они считают Россию врагом и пытаются сделать всё, чтобы она никогда не смогла возродиться и проводить самостоятельную политику.

Еще одной тактикой, используемой В.В. Жириновским в рамках стратегии дискредитации является **обвинение**. Политиком она применяется дважды:

Во-первых, когда он сказал, что партия «Единая Россия» *«предлагает заключать соглашение по поводу честных выборов, и сама эти выборы превращает в профанацию».*

Во-вторых, когда он обвинял С. Миронова во лжи: *«...Он и «Справедливую Россию» свою создавал по указке сверху. Это была такая разводка, чтобы те, кто устал от «единороссов», голосовали за*

*«справедливороссов», полагая, что между этими партиями есть хоть какая-то разница. А разницы нет никакой...».*

Таким образом, В.В. Жириновский бездоказательно присвоил вину соперникам, для того чтобы умалить их авторитетность в глазах избирателей.

Последняя стратегия в данной речи, которую использует В.В. Жириновский, – это **«игра на повышение»**. Она реализуется за счет двух тактик:

Первая – **анализ положительных сторон**. Здесь политический деятель говорит о России как о сильной, могущественной стране, которой страшатся страны-конкуренты: *«...Главное, что их страшит, – это сильная Россия, с боеспособной армией, с независимым руководством, с самодостаточной экономикой...».*

Вторая – **тактика самопрезентации**, в которой лидер фракции описывает себя с исключительно положительной стороны, призывая проголосовать за него: *«...В отличие от кабинетных политиков, рвущихся к власти, я действительно знаю эту жизнь, мне не понаслышке знакомы заботы, тревоги и горести моего народа. Я народный кандидат без преувеличения...»*

### **3. Встреча с президентом РФ Владимиром Путиным в Ялте. «Россия может развиваться только в формате империи»**

Свое выступление политик начинает с применения **стратегии дискредитации**. Она реализуется за счет ряда тактик.

**Тактика анализирования отрицательных сторон** – применяется в ходе рассуждения В.В. Жириновского об ошибках правительства во внешней политике прошлых веков: *«...Нас втянули в войну, и чем закончилось вы знаете... Страх, неумение, ошибки. Поэтому это очень дорого обходится... Еще одна ошибка России: мы все время шли на Запад, а там у нас нет ни друзей, ни союзников. Надо идти на Юг, но идти с миром, как союзники...»*

Данную тактику в своей речи политик применяет еще дважды:

Во-первых, когда говорит о том, что для спасения России нужны перемены, после чего выдвигает идею восстановления монархии: *«...Вот простой пример – климат: мне здесь жарко. Здесь я задыхаюсь. Что я должен делать? Жить там, где организму лучше. Так и Россия. Она себя плохо чувствует в формате республики, в формате дружбы народов. В формате: империализм – не надо, капитализм – не надо, социализм – плохо, нельзя так...»*

Во-вторых, когда упоминает об устройстве государства, его экономике и культуре: *«...Вы какую создали страну? Сегодня издеваются над нами. Такого не было никогда, ни при царе никто бы не посмел убивать русских, ни при советской власти...»*

В рамках данной стратегии политик использует еще одну тактику – **обвинение**. К ней политик прибегает, обвиняя Ельцина в развале страны: *«...Как может быть фонд имени Ельцина, улица Ельцина, бюст Ельцина? Всю страну раздал за одну ночь! Пропил страну всю 8 декабря 91 года. И ему памятники поставили...»* Здесь мы видим, что Жириновский не приводит конкретных аргументов в поддержку выдвинутого тезиса, он просто присваивает вину политическому деятелю.

Следующая стратегия, применённая политиком в анализируемом тексте, – **стратегия театральности**. Она реализуется посредством ряда тактик.

**Тактика размежевания.** Лидер фракции использует ее, когда утверждает, что выборы – это профанация, придуманная на Западе для розыгрыша избирателей, и что на самом деле партия одна, а остальные нужны просто для видимости. Опираясь на оппозицию «свой-чужие», он противопоставляет свое мнение западному: *«...А нам зачем спектакль разыгрывать? Нам нужна мощь...»*

По той же самой схеме В.В. Жириновский действует, когда вспоминает об атаке на Нью-Йорк в 2001 году. Обращаясь к Путину, он говорит: *«Владимир Владимирович, вы позвали нас в Кремль, лидеров партий,*

фракций. Вы спросили: что делать? Все сказали: лечь под Буша. Кроме меня. Я вам сказал: проявить солидарность с мусульманским миром...». Таким образом, лидер ЛДПР стремится показать, что его точка зрения не совпадает с мнением других политических фигур.

В рамках этой же стратегии можно проследить использование **тактики побуждения**: «...Мы должны объявить, что у нас есть новое оружие...Надо испытывать новое оружие...». – говорит Жириновский. Таким образом, политик побуждает, призывает к совершению действия.

Ещё одна тактика в используемой стратегии театральности – **прогнозирование**. В анализируемой речи она используется трижды:

Во-первых, когда прогнозирует последствия смены названия государства и названия президентской должности: «...*Не хотите императором – давайте верховный правитель. Хотя император Владимир Первый – звучало бы хорошо. Тогда будут уважать...*»

Во-вторых, когда говорит о потребности в умениях министра пропаганды: «...*Хорошие министры есть, может быть, они работают, но есть вещи, где должны быть люди особого склада. Чтобы он сказал и пол-Европы боялось, ноги дрожали...*»

В-третьих, когда говорит о беспорядке в устройстве России, прогнозируя при этом, как бы себя повели царь или советская власть в подобной ситуации: «...*А когда будем бороться с пропагандой того извращенного устройства собственной страны? Царь бы этого не потерпел...*»

Следующая стратегия, которую применяет политический деятель – это «**игра на повышение**». Она реализуется посредством нескольких тактик:

**Анализ положительных сторон.** «...*Может, и гимн вернуть «Боже, царя храни». Великолепный был гимн, гимн о том, что нужно хранить своего руководителя, хранить свою страну, она единственная, страна твоя. И с этим гимном действительно русская армия шла вперед и побеждала...*», –

говорит политик. Здесь мы видим, что он описывает Россию в положительном контексте, освещая ее лучшую сторону.

В.В. Жириновский вновь возвращается к применению данной тактики на основе подобной схемы поведения: *«...Я ничего не выдумываю, я беру все лучшее, что было в царской России и в советской. Когда ни одна пушка не стреляла в Европе, пока русский царь не даст согласия...»*. Здесь даётся положительная характеристика государства, описание ситуации со светлой, хорошей стороны.

Ещё одна тактика, используемая в рамках данной стратегии, – **тактика самопрезентации**. Политик явно презентует себя с выгодной стороны, когда произносит: *«...Я однажды сказал одну фразу финнам, через две недели военный бюджет Финляндии был увеличен на 30%. Одна моя фраза и на 30% увеличился бюджет...»* Таким образом, сказанными словами политик подтверждает свою компетентность.

#### **4. Выступление В.В. Жириновского на заседании Госсовета по вопросам совершенствования системы общего образования**

Свое выступление политик начинает с применения **стратегии дискредитации**. Она реализуется путём применения ряда тактик:

**Тактика анализирования отрицательных сторон.** Лидер фракции использует ее, когда описывает проблему школьного образования, заключающуюся в том, что ученики радуются отмене занятий, вместо того чтобы огорчиться: *«...А почему? Потому что скучно им, потому что надоел этот учитель, он одно и то же говорит, он не видит класса, он просто отрабатывает время...»*

Вопрос, на который политик сам же и ответил, позволил ему привлечь внимание слушателей к своей персоне. Для большей экспрессивности речи В.В. Жириновский использовал анафорический прием повтора союза *«потому что»* и личного местоимения *«он»*.

Кроме того, политик применяет еще две тактики в рамках данной стратегии.

В.В. Жириновский **обличает** руководителя Госархива в том, что заявление последнего о выдумке подвига 28 героев-панфиловцев – ложно: *«...Мироненко делает заявление, что не было никаких 28 героев-панфиловцев. Это что такое? У меня брат погиб, у меня есть справка. Там всё перепутано! Там всё перепахали!»*

В качестве доказательства в поддержку собственного тезиса о неправоте Мироненко политик прибегает к аргументу – ссылается на документ.

Также в своей речи политический деятель использует тактику **безличного обвинения**, возмущаясь по поводу неправильного расположения российского флага: *«...Русский флаг в самом конце у них идёт. С какой стати? «Новый образ российской школы». Британский флаг красиво выглядит, немецкий, даже американский, наш флаг чуть-чуть виднеется из-за этого. Ну кто это делал?! Это враг делал! Они на первое место поставили чужие флаги...»*

Здесь политик говорит о вызвавшей его негодование проблеме, давая характерную отрицательную оценку для его речи, но при этом высказывание не содержит ничего конкретного.

Следующая стратегия, которую применяет политический деятель – это **стратегия театральности**. Она реализуется посредством ряда тактик.

**Тактику информирования** В.В. Жириновский использует, приводя статистические данные, которые сопровождает своей положительной оценкой: *«...У нас только 20 процентов учителей – мужчины. Это уже плюс, уже больше: раньше было 5, 10. Сейчас Министерство – молодцы, сумели добавить...»*

**Тактику прогнозирования** – рассуждая о том, что будет, если детям в школах не обеспечить нормальное питание: *«...Сто процентов – это*



*будущая оппозиция. Они голодные в школе, непонятые в вузе, затёртые в трудовых коллективах, и они выходят на улицы...»*

**Тактику побуждения** политик использует в своей речи неоднократно:

- когда призывает сделать два направления в классах – техническое и гуманитарное: *«...Вы видите, что он не хочет заниматься никакой техникой, давайте сделаем два гуманитарных класса, два технических...»*;
- когда побуждает направить учащихся на практику в летнее время;
- когда инициирует обеспечить школьникам питание;
- когда предлагает ввести новые предметы, которые помогли бы преподавателям лучше *«видеть учеников, понимать, слушать»*;
- когда призывает проводить конкурс, доказывающий компетентность человека, выбранного лучшим учителем;
- когда предлагает определять не только лучшего учителя, но и лучшего ученика *«чтобы они сказали, что им нравится, а что не нравится»*.

## **5. Выступление руководителя фракции ЛДПР в Государственной Думе В.В. Жириновского на митинге в День народного единства**

В начале своей речи политик использует **стратегию «игры на повышение»**. Она реализуется за счет **тактики анализа положительных сторон**, когда политик вспоминает о смутном времени и о том, что народ готов постоять за свою страну: *«...Так бывает – умер царь, бояре разбежались, чиновники, в Кремль вошли чужестранцы. И вот народ показал, что он не допустит смуты, которая поразила страну...»* Таким образом, мы видим, что В.В. Жириновский описывает ситуацию с хорошей стороны.

Еще раз лидер ЛДПР прибегает к данной тактике, когда называет русский народ спасителем человечества *«от монгольского ига, от шведов, от немцев, Наполеона»*. По словам политического деятеля, *«сегодня миллиарды людей благодарны Москве, России за спасение мира, демократии,*

*за наведение порядка... Мы все, и русские и другие – мы все одна страна, это наша родина, великая, могучая. Да здравствует Россия!»*

В конце текстового фрагмента для усиления эмоциональной окрашенности речи использовано восклицание. Политический деятель говорит о существовании проблемы в прошедшем времени, поскольку для нее нашлись пути решения, и правительство успешно справилось с преодолением войн и их последствий. А это значит, что ситуация в стране освещена в положительном аспекте. Таким образом, применённые В.В. Жириновским приёмы направлены на повышение уровня эмоционального влияния на аудиторию и завоевание доверия электората.

Следующая стратегия, используемая лидером фракции, – это **стратегия театральности**. Она применяется в основной части и в заключении текста и реализуется посредством тактик **прогнозирования и побуждения**:

Первая идет в ход, когда Владимир Вольфович рассуждает о том же смутном времени и прогнозирует, что бы случилось, если бы Россия пала: *«...Это была бы великая Польша – и она бы рухнула, немцы бы ее захватили. Было бы страшное на всей территории Европы...»*

Вторая – когда призывает не допустить подобного хаоса в настоящее время: *«...Сегодня же мы не позволим, чтобы снова была смута в городах нашей страны...»*

Результаты проведённого анализа, представленные графически, позволяют прийти к обоснованным выводам.

Анализ публичных выступлений В.В. Жириновского показал, что наиболее частотными в использовании являются стратегия театральности (Рис. 1, рис. 2); тактики побуждения, анализа отрицательных сторон и безличного обвинения (Рис. 3, рис. 4).

Рис.1. Стратегии, использованные В.В. Жириновским

Речи	Наименование использованных стратегий
1	1) Стратегия театральности; 2) стратегия дискредитации.
2	1) Стратегия театральности; 2) стратегия дискредитации; 3) стратегия «игры на повышение».
3	1) Стратегия театральности; 2) стратегия дискредитации; 3) стратегия «игры на повышение».
4	1) Стратегия театральности; 2) стратегия дискредитации.
5	1) Стратегия театральности; 2) стратегия «игры на повышение».

Рис. 2. Частота используемых стратегий В.В. Жириновским

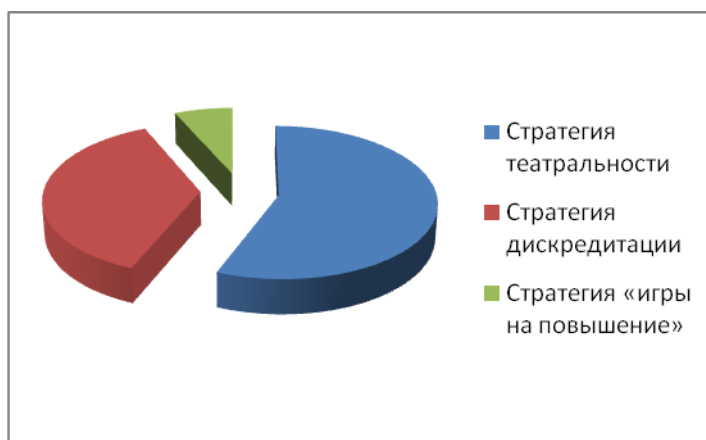
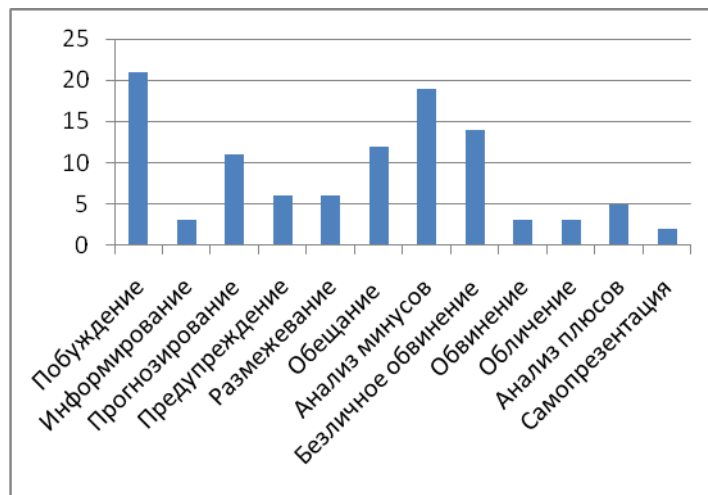


Рис. 3. Тактики, используемые В.В. Жириновским

Стратегия театральности						
Речи	1	2	3	4	5	Всего
Тактики						

Побуждение	5	8	1	6	1	21
Информировани е	1	1	-	1	-	3
Прогнозировани е	2	4	3	1	1	11
Предупреждение	3	3	-	-	-	6
Размежевание	2	2	2	-	-	6
Обещание	-	12	-	-	-	12
Стратегия дискредитации противника						
Анализ отрицательных сторон	5	10	3	1	-	19
Безличное обвинение	5	8	-	1	-	14
Обвинение	-	2	1	-	-	3
Обличение	-	2	-	1	0	3
Стратегия «игры на повышение»						
Анализ положительных сторон	-	1	2	-	2	5
Тактика презентации	-	-	-	-	-	-
Тактика самопрезентации	-	1	1	-	-	2

Рис. 4. Частота используемых тактик В.В. Жириновским



### 2.3. Анализ текстов публичных выступлений Г.А. Зюганова на предмет использования коммуникативных стратегий и тактик

Рассмотрим политические тексты Г.А. Зюганова на предмет коммуникативных стратегий и тактик.

#### 1. Обращение к русскому народу. Вставляйте, люди русские!

Свое обращение политик начинает с применения стратегии «**игры на повышение**». Она реализуется путём использования следующих тактик:

**Тактика анализирования положительных сторон.** Политик использует ее, когда говорит о величии и могуществе Отчизны: «...*Из века в век потом и кровью, в счастье и в горе строилась великая Русь... Она громила самых сильных и яростных врагов, которые из столетия в столетие накатывались на наши рубежи...*»; а также о ее достижениях, увековеченных в народной памяти: «...*Мы первыми освоили мирный атом. Первыми прорвались в космос. Каждый имел работу, достойно жил и был уверен в завтрашнем дне...*». Здесь Г.А. Зюганов дает государству положительную характеристику, подчеркивая все выдающиеся достижения страны.

**Тактика презентации,** применяемая политиком с целью представления своей партии в привлекательном виде: «...*В этой всё более разгорающейся национально-освободительной борьбе русским людям есть на*

кого опереться. Это сила – Коммунистическая партия Российской Федерации...». По словам Г.А. Зюганова, КПРФ унаследовала колоссальный опыт СССР и глубоко укоренилась как в народе, так и во всех слоях общества. Для того чтобы убедить слушателей в компетентности партии на современном этапе развития России, лидер фракции рассказывает об известных стране личностях, которые поддерживают КПРФ: *«...В нашей команде академик, нобелевский лауреат Ж.И. Алфёров; кинорежиссёр, создавший знаменитый фильм «Тарас Бульба», В.В. Бортко; адмирал, современный русский флотоводец В.П. Комоедов и многие другие товарищи...»*. Таким образом Г.А. Зюганов демонстрирует партию в привлекательном свете.

Следующая стратегия в арсенале политика – **дискредитация**, реализуемая посредством следующих тактик.

**Тактика безличного обвинения.** Зюганов использует ее, когда утверждает, что вина за разрушенное государство лежит на *«жуликах-реформаторах и пришедших им на смену перерожденцах-перестройщиках»*. По словам политика, именно эти *предатели отдали страну на разграбление*.

Второй раз он винит власть за то, что последняя не выполняет своих обещаний: *«...Она только и делает, что громоздит одни обещания на другие. И тут же забывает о них... Сегодняшняя власть боится и ненавидит нашу самобытность и особость...»*.

Политический деятель вновь обращается к этой тактике, обвиняя правительство в русофобии: *«...«Россия без русских!» – таков, обобщённо говоря, девиз многих нынешних правителей...»*.

Таким образом Г.А. Зюганов рисует неутешительную ситуацию, в которой оказалась Россия, но при этом политик не упоминает в открытую того или тех, кто является виновником этого.

Следующая тактика в рамках стратегии дискредитации – **анализ отрицательных сторон**. Ее лидер партии использует трижды.

Во-первых, когда говорит об отсталости и деградации России: *«...За двадцать лет буржуазной контрреволюции нашу Родину, лишённую трети территории и половины населения, отбросили куда-то в начало XVII века. Особенно беспощадно уничтожается село, как основа и хранитель русского образа жизни...»*.

Во-вторых, рассуждая о том, что русский народ подвергся ущемлению на собственных землях: *«...Наш народ отстранен от управления своим государством и его экономикой. Русские лица редко встретишь на мероприятиях официальной культуры, их почти нет в руководстве СМИ... Русские постепенно становятся ущемленным меньшинством...»*.

В-третьих, описывая обстановку в стране негативно. Сокращение рабочих мест на предприятиях, *«хищнические махинации банков, которые крадут трудовые накопления и последние средства в жизни»*, культурный геноцид.

Ещё одна стратегия, используемая в анализируемом тексте, – **стратегия театральности**. Она реализуется посредством следующих тактик.

**Тактика информирования.** Применяется политиком, когда он приводит статистические данные в качестве доказательства гарантированных, но не выполненных нынешним правительством обещаний: *«...Под эти разговоры страна потеряла около 15 миллионов населения, из которых 14,5 – русские. Русские области стремительно вымирают...»*.

**Тактика обещания.** Лидер КПРФ выдвинул целый перечень обещаний в качестве программы «по русскому вопросу». Он заверил общественность в том, что:

- вернёт принцип идентифицирования национальности ребёнка по национальности его родителей, а так же восстановит графу «национальность» в паспорте.
- обеспечит комплекс мер, направленных на поддержку рождаемости среди коренного населения России; его право на получение природной ренты; и

равные возможности для всех народов России на представительство в органах государственной власти.

- ужесточит миграционное законодательство, обеспечив в обновлённой форме систему регулирования миграционных потоков
- примет незамедлительные меры для ликвидации этнических банд
- введет смертную казнь за торговлю наркотиками, похищение и содержание людей в рабстве, а так же за насилие над детьми
- направит все имеющиеся силы и средства на борьбу с дискриминацией русских.

Ещё одна тактика в рамках стратегии театральности – это **побуждение**. Завершая свое выступление, Г.А. Зюганов обратился к россиянам с призывом поддержать КПРФ на выборах. *«Вставайте, люди русские! Это есть наш, самый важный и решительный бой! Бой за дружбу народов! За спасение Родины – матери! За честь и достоинство каждого гражданина России!»* – призвал политик. Для усиления экспрессивности речи он неоднократно использовал восклицание.

## **2. Обращение Председателя ЦК КПРФ Г.А. Зюганова, размещенное в газете «Правда». «К нашим товарищам! Объединяясь и действуя, мы с вами можем многое»**

Свое обращение политик начинает с применения стратегии **«игры на повышение»**, которая реализуется путём использования следующих тактик.

**Тактика анализа положительных сторон.** Политик использует ее трижды.

Во-первых, когда говорит о пролетарской солидарности, которая, по мнению лидера фракции, и сегодня является ключом к возвращению власти трудовому народу: *«...Это благодаря ей наши отцы и деды совершили Великую революцию в Октябре 17-го и построили первое в мире государство рабочих и крестьян. Это благодаря ей они одержали Великую Победу в мае 45-го и построили Советскую сверхдержаву...»*.



Во-вторых, когда рассказывает о возникшем под началом КПРФ Народном референдуме, участвуя в котором россияне имеют возможность дать личную оценку инициативам коммунистов. Так, по словам политика, *«уже первые результаты народного голосования свидетельствуют о массовой поддержке программы»*.

В-третьих, утверждая, что *«...Ростки народной власти уже прорастают сквозь ледяные оковы олигархического господства...»*.

Применяя тактику анализирования положительных сторон, лидер КПРФ обращается к избирателям, называя их друзьями и товарищами: *«...И все эти слова о вас – наших товарищах по партии и надежных сторонниках...»* Это значит, что политик стремится показать народу, что находится с ним на одном уровне, а следовательно, заслуживает доверия.

Следующая тактика, применяемая в рамках данной стратегии, – **презентация**. Зюганов использует ее, представляя партию с хорошей, привлекательной стороны *«...КПРФ свято хранит память о подвигах наших отцов и дедов...Защита социальных прав трудового народа – главное дело российских коммунистов...»*

Таким образом, воздействуя на аудиторию и утверждая, что партия помнит о великом прошлом страны и, преумножая опыт, ориентируется на светлое будущее, политический деятель рассчитывает заручиться доверием и поддержкой избирателей.

Следующая стратегия в анализируемом тексте – дискредитация противника. В ее рамках можно выделить **тактику безличного обвинения**, которую политик использует, виня действующее правительство в том, что оно:

- не считается с жизненными нуждами трудящихся;
- демонстрирует свою полную некомпетентность в управлении государством;
- не выполняет обещанного.

Помимо этого Г.А. Зюганов говорит о коррумпированности и воровстве, процветающих в государстве. По его словам, *«власть на деле продолжает прежний, губительный для страны курс»*.

Ещё одна стратегия, применяемая лидером фракции, – это **стратегия театральности**. Она реализуется посредством следующих тактик **прогноза и побуждения**. К первой политик прибегает дважды.

Во-первых, когда говорит о будущем страны, которое напрямую зависит от выборов: *«...События ближайшего года способны открыть важный этап в развитии России...»*.

Во-вторых, когда утверждает, что у народа есть возможность вместе с КПРФ изменить ситуацию на предстоящих федеральных выборах. По прогнозам Зюганова, если отдать свой голос его партии, страна будет спасена от окончательного развала и к людям вновь вернётся уверенность в завтрашнем дне.

Вторую тактику в рамках этой стратегии лидер фракции применяет, призывая общество к победе: *«Вместе – победим! Мы убеждены: когда мы едины, мы – непобедимы!»* Используя прием восклицания, политик тем самым усиливает эмоциональную окрашенность своей речи.

### **3. Поздравление граждан страны с 94-й годовщиной Великой Октябрьской Социалистической революции.**

Свое обращение политик начинает с применения стратегии **«игры на повышение»**. Она реализуется за счет тактики **анализирования положительных сторон**. Политик использует ее неоднократно на протяжении всей своей речи:

- когда говорит о том, что период СССР в России был эпохой экономического и культурного взлёта, политических и трудовых побед;
- когда вспоминает о легендарном параде на Красной площади, осажденной фашистами Москвы. *«...В тот день мир убедился, что боевой дух советского народа не сломлен...»* – утверждает политик;

- когда говорит о том, что *«советский народ под руководством Коммунистической партии защитил первое в мире государство рабочих и крестьян»;*
- когда рассказывает о том, что социалистическая система победила *«капитализм, погрузивший мир в пучину кровавой бойни»*
- когда рассуждает о возрождении России, перенёвшей тяжёлую войну: *«...Страна не просто возродилась, она стала мировым лидером в космосе, науке, спорте, культуре...»;*
- когда говорит о том, что русский народ построил самое справедливое общество на планете. *«...С нас брали пример все, включая богатый Запад...»*, – утверждает лидер КПРФ.

Следующая стратегия, применяемая политиком в анализируемом тексте, – **дискредитация противника**. Она реализуется путём использования **тактики анализирования отрицательных сторон**. По словам Г.А. Зюганова, *«...С разрушением Советского Союза Россия оказалась на штрафном круге истории. Наша страна потеряла двадцать лет, за которые мир совершил технологический рывок...»*.

Политик даёт негативную оценку власти, господствующей в настоящее время: *«...У России ещё есть многое для прорыва в будущее, но нет крайне необходимого – национально мыслящего правительства...»*.

Таким образом, используя сначала тактику анализирования положительных сторон, а затем сразу же переходя к отрицательным аспектам, политический деятель играет на контрастах и стремится показать, что до прихода ныне действующей власти страна процветала, а сейчас правительство не думает о своём народе, а следовательно, пришло время сменить эту власть. Политик как бы намекает избирателям: необходимо приложить все усилия для победы КПРФ на выборах во благо русского государства.

Ещё одна стратегия в рамках анализируемой речи – это **стратегия театральности**, которая реализуется посредством следующих тактик.

**Тактика побуждения** – используется политиком несколько раз.

Во-первых, когда он побуждает вспомнить все достижения, заложенные в октябре 1917 года, для того чтобы *«не оказаться на самом дне и начать немедленное восхождение»*.

Во-вторых, когда призывает к действиям, способствующим *«вернуть украденную у нас Родину»*.

В-третьих, когда побуждает присмотреться к нынешнему правительству: *«...Взгляните: кто и как управляет страной? Не те люди. Не тот масштаб. Не те помыслы...»*.

Помимо тактики побуждения, Зюганов использует ещё одну – **обещание**. Он гарантирует народу *«безопасность, растущую экономику и социальное развитие»*. Таким образом, политик добровольно обязуется выполнить обещанное.

#### **4. Обращение Г.А. Зюганова, опубликованное в газете «Правда»: Поднять громаду дел, идти к победе народа!**

Свое обращение политик начинает с применения **стратегии дискредитации противника**. Она реализуется путём использования ряда тактик.

**Тактика анализирования отрицательных сторон**. Политик использует ее, когда говорит о неудачных политических реформах, проведённых Кремлём: *«...Они приносят горькие «плоды». Новые партии «пекутся» как горячие пирожки. Их пестрота призвана вернуть страну в пучину полнейшей идеологической неразберихи...»*.

**Тактика обвинения** применяется дважды.

Во-первых, когда Г.А. Зюганов обвиняет кандидатов от «Единой России» в нечестности при проведении выборов: *«...Так называемые свободные выборы глав регионов, обставлены жёсткими «фильтрами»...Кандидаты от «Единой России» ставятся в заведомо*

*привилегированное положение, чем откровенно нарушается Конституция Российской Федерации...».*

Во-вторых, обвиняя всё ту же «Единую Россию», но уже по другой причине: *«...Под надуманными предлогами она взялась вычищать из Государственной думы неудобных ей депутатов...».*

Здесь мы видим, что обвинения политика безосновательны, поскольку не подкреплены никакими аргументами или фактами.

**Тактика безличного обвинения.** Используется лидером фракции с целью обвинения власти в том, что она *«всё чаще прибегает в своей риторике к постулатам Советской власти... Но она делает это не для того, чтобы изменить курс, а ради очередного обмана народных масс...».*

Таким образом, тактика обычного обвинения отличается от безличного тем, что в первой вина присваивается оппоненту в открытую, а во второй – политик не использует конкретику, говорит о власти в общем.

**Тактика обличения.** Геннадий Андреевич прибегает к ней, обличая кандидатов от «Единой России» в невыполнении обещаний, данных народу: *«...Как всегда, предвыборные обещания кандидатов от «Единой России» остались лишь благими пожеланиями, запечатлёнными на бумаге, которая «всё стерпит»...».* Аргументом в подтверждение выдвинутого тезиса является пример, приведенный Зюгановым: *«...Те, кто получил квитанции на оплату жилищно-коммунальных услуг, сами убедились в этом...».*

Следующая стратегия в рамках данного обращения – **стратегия театральности**, которая реализуется посредством следующих тактик.

**Тактика предупреждения.** По словам политика, *«...Резкое снижение регистрационного порога и либерализация участия партий в выборах должны окончательно «задушить мозги» избирателям, отщипывая голоса от КПРФ...».*

Таким образом, лидер фракции предупреждает общественность о том, к чему могут привести применяемые политтехнологии «Единой России»

**Тактика прогнозирования.** Г.А. Зюганов применяет её, когда прогнозирует, что КПРФ ждет множество важных дел. Например, «...*Неизбежные предвыборные баталии и новые горизонты протестного движения...*», а также «...*Расширение агитационного арсенала партии и укрепление её первичных отделений...*».

**Тактика побуждения.** Политик использует её, призывая народ сплотиться и двигаться к победе: «...*Вместе – к победам за власть трудового народа!*» Для усиления эмоционального воздействия на аудиторию политический деятель использует прием восклицания.

Ещё одна стратегия в рамках данной речи – «**игра на повышение**», которая реализуется путём использования **тактики анализа положительных сторон** и применяется политиком трижды.

Во-первых, когда он сравнивает негативную обстановку в стране, которая сложилась, по его мнению, из-за действующей власти с теми улучшенными перспективами, которые может обеспечить КПРФ. Лидер фракции утверждает, что в активе его партии дела принципиально иного рода, и описывает их в положительном свете: «...*Мы разработали и вынесли на суд российских граждан Антикризисную программу КПРФ... Мы разработали и внесли в Думу альтернативный закон «Об образовании», суть которого – бесплатное образование для каждого жителя страны... Мы провели массовые акции протеста против роста цен и тарифов...*».

Во-вторых, когда говорит о том, что с помощью народной поддержки КПРФ укрепила материальную и техническую базу партии: «...*Наряду с массовыми выпусками газеты «Правда» развёрнуто производство документальных фильмов, позволяющих показать опыт народных предприятий, донести правду об успехах братской Беларуси, рассказать о работе КПРФ в регионах страны...*».

В-третьих, когда рассуждает о партии как о единственной оппозиционной силе, способной объединить широкие массы трудового

народа. Таким образом, политик описывает деятельность партии с положительной, хорошей стороны.

##### **5. Выступление Г.А. Зюганова на заседании Госсовета по вопросам совершенствования системы общего образования**

Свое выступление политик начинает с применения **стратегии дискредитации противника**, которая реализуется посредством ряда тактик.

**Тактика анализирования отрицательных сторон.** Политик использует ее неоднократно.

Во-первых, когда рассказывает о событиях русско-японской войны, утверждая, что Россия проиграла, потому что каждый второй солдат русской армии не умел толком читать и писать.

Во-вторых, когда вспоминает о развитии школы 90-х по докладу Всемирного банка, выделяя при этом отрицательные стороны: *«...Там в первых главах говорилось: «Надо уничтожить профтехобразование, рынок всё отрегулирует». И мы остались без слесарей и механиков...»; «...Затем говорилось, что не нужны инженеры, бакалавры и магистры решат проблему. Сегодня самая большая проблема на заводе – это квалифицированный инженер...»; «...Дальше заявлялось о том, что если ЕГЭ введём, будут квалифицированные люди. На самом деле это клиповое сознание, которое подтвердили последние контрольные...».*

В-третьих, когда обосновывает, что школьники не знают своей истории: *«...Мы провели урок «Знамя Победы» в девяти тысячах школ. Меня больше всего поразило, что дети, кроме полководца Жукова, больше никого не могли назвать...».*

Таким образом, политик рассуждает о негативных явлениях в современной России.

Следующая стратегия, используемая в рамках данной речи, – это **«игра на повышение»**, которая реализуется посредством тактики **анализирования положительных сторон**. Политик применяет её дважды.

Во-первых, когда рассматривает развитие русского образования за последние годы, беря при этом из истории все самое лучшее: *«...Когда запикал наш первый спутник и мы открыли новую космическую эру, американцы были шокированы... Они пришли к выводу, что проигрывают соперничество прежде всего на школьной парте и студенческой скамье...»*.

Во-вторых, когда рассуждает о находчивости русских инженеров: *«...Все говорили, что нельзя построить мосты через Енисей, а русские инженеры их построили...»*.

Таким образом, политик упоминает только положительные факты из истории русского государства.

Ещё одна стратегия, применяемая лидером фракции в рамках анализируемого текста, – **стратегия театральности**, которая реализуется путём использования следующих тактик.

**Тактика побуждения.** Применяется политиком, когда он, во-первых, обращаясь к Путину, призывает взять пример с Татарстана при профессиональной подготовке: *«...Давайте все возьмём с них пример и организуем такую работу в каждом субъекте...»*.

Во-вторых, повествуя об электронном обучении, побуждает: *«...Надо посмотреть, кто будет руководить этим делом и какие компьютерные мозги появятся у наших будущих школьников, выпускников...»*.

В-третьих, инициирует вернуть *«блестящий доклад Президента перед талантливыми детьми в Сочи»*. По мнению политика, его надо изучить всем русским педагогам и всем руководителям.

В-четвертых, рекомендует начинать выполнение поставленных задач со школьного образования: *«...Вы поставили большие задачи перед страной, надо их выполнять. Но выполнять надо их начинать со школы, которая действительно готовит гражданина и патриота...»*.

В-пятых, говорит о необходимости отказаться от *«егэдизации»*: *«...Предлагаем отказаться от этой Бабы-яги, и заняться серьёзной подготовкой школы, которая должна отвечать на вызовы XXI века...»*.



Следующая тактика в арсенале лидера КПРФ – **тактика информирования**, которая применяется политиком дважды.

Во-первых, когда политический деятель предоставляет статистические данные относительно бюрократии, процветающей, по его мнению, во всех учебных заведениях: *«...Чтобы заработать среднюю зарплату – 28 часов средняя нагрузка. С домашней подготовкой – 55 часов. Это каторжный, рабский труд... 300 отчётов надо в год подготовить. Эти отчёты отделили от учащихся, от родителей, от кого угодно и превратили этот процесс в абсолютно бюрократический...».*

Во-вторых, когда он говорит о решении правительства по «Артеку»: *«...За полтора года вместе с Аксёновым, членами Правительства 40 объектов построено, 4,5 миллиарда освоено. В этом году 18 тысяч детей отдохнули со всей страны, в следующем уже будет 30...».*

Ещё одна тактика, применяемая политиком в рамках стратегии театральности, – **тактика прогнозирования**. Её политик использует, когда предполагает, что будет, если правительство начнет *«думать десятилетиями»*: *«...Тогда будут брать пример с Петра I, с Потёмкина, с Ленина, Сталина, которые провели модернизацию и создали могучее государство... Тогда мы будем учиться у лучших сегодня и зарубежных специалистов, будь то уникальный китайский опыт или некоторые другие...».*

Результаты проведённого анализа, представленные графически, позволяют прийти к обоснованным выводам.

Анализ публичных выступлений Г.А. Зюганова показал, что наиболее часто политик использует стратегию театральности (Рис. 5, рис. 6); тактики побуждения, анализа плюсов и анализа минусов (Рис. 7, рис. 8).

Рис.5. Стратегии, использованные Г.А. Зюгановым

Речи	Наименование использованных стратегий
1	1) Стратегия театральности; 2) стратегия дискредитации; 3) стратегия «игры на повышение».
2	1) Стратегия театральности; 2) стратегия дискредитации; 3) стратегия «игры на повышение».
3	1) Стратегия театральности; 2) стратегия дискредитации; 3) стратегия «игры на повышение».
4	1) Стратегия театральности; 2) стратегия дискредитации; 3) стратегия «игры на повышение».
5	1) Стратегия театральности; 2) стратегия дискредитации; 3) стратегия «игры на повышение».

Рис. 6. Частота используемых стратегий Г.А. Зюгановым

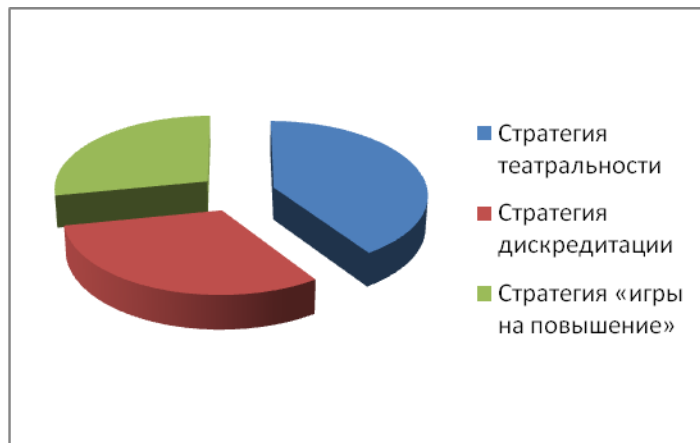
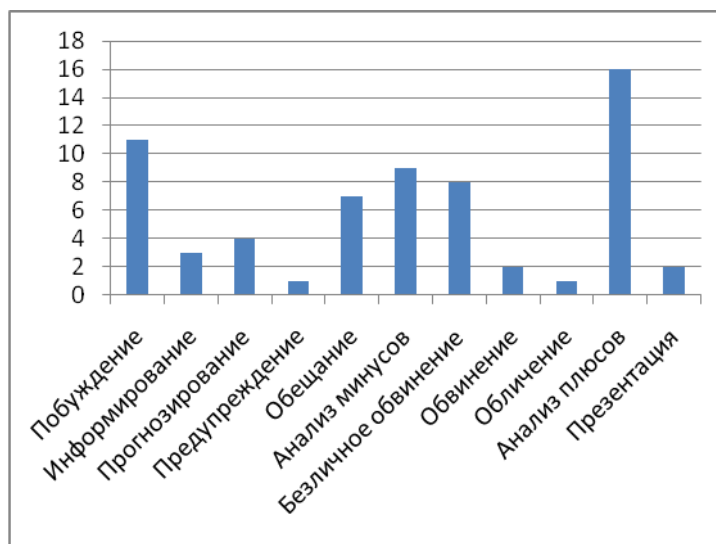


Рис. 7. Тактики, используемые Г.А. Зюгановым

Стратегия театральности

Речи	1	2	3	4	5	Всего
Тактики						
Побуждение	1	1	3	1	5	11
Информирование	1	-	-	-	2	3
Прогнозирование	-	2	0	1	1	4
Предупреждение	-	-	-	1	-	1
Размежевание	-	-	-	-	-	-
Обещание	6	-	1	-	-	7
Стратегия дискредитации противника						
Анализ отрицательных сторон	3	-	2	1	3	9
Безличное обвинение	3	4	-	1	-	8
Обвинение	-	-	-	2	-	2
Обличение	-	-	-	1	-	1
Стратегия «игры на повышение»						
Анализ положительных сторон	2	3	6	3	2	16
Тактика презентации	1	1	-	-	-	2
Тактика самопрезентации	-	-	-	-	-	-

Рис. 8. Частота используемых тактик Г.А. Зюгановым



## Выводы к главе 2

Речевой портрет личности политика включает голосовые характеристики, стилистику речи, отличительные черты речи и поведения. Сравнительный анализ речевых портретов В.В. Жириновского и Г.А. Зюганова показал, что речевые аспекты и манера поведения политических лидеров во многом различны. Речевое и политическое поведение В.В. Жириновского характеризуется нестандартным способом мышления, яркой экспрессивной окраской речи, богатым словарным запасом и умелым использованием выражений, позволяющих поддержать и развить любую тему. Речь политика наполняет несдержанность и чрезмерная эмоциональность. Владимир Вольфович использует маловыразительные жесты, преимущественно открытые или указывающие. В целом выступление лидера фракции носит напористый характер. Благодаря агрессивному и эксцентричному поведению политического деятеля его имидж запоминаем и узнаваем аудиторией.

Речевое и политическое поведение Г.А. Зюганова характеризуется равномерностью голоса, сдержанностью, уравновешенностью, использованием конкретики, отсутствием поспешных решений, упорством и профессионализмом. Лидер КПРФ излагает мысли простым, доступным

языком, понятным для слушателей, его речь и поведение характеризуются отсутствием пафоса в интонации и обилием разговорных, просторечных слов. Г.А. Зюганов использует выразительные жесты; характерный жест – вытянутая вперед рука.

Оба политика в своих словах и действиях ориентированы на народ: они стремятся произвести впечатление на аудиторию и заручиться доверием избирателей.

Проведённый анализ текстов публичных выступлений лидеров фракций на предмет использования политиками коммуникативных стратегий и тактик показал, что для речей В.В. Жириновского характерно использование нескольких стратегий, причем на первом месте по частоте стратегия театральности, на втором стратегия дискредитации, а на третьем – «игры на повышение». Среди применяемых В.В. Жириновским тактик лидируют побуждение, анализирование отрицательных сторон и безличное обвинение; со средней периодичностью используются тактики обещания и прогнозирования, а остальные тактики применяются политиком редко.

Для речей Г.А. Зюганова характерно использование всех трёх стратегий, причем чаще всего, как и у В.В. Жириновского, применяется стратегия театральности, со средней периодичностью используется стратегия дискредитации, а стратегия «игры на повышение» применяется политиком редко. Среди тактик, используемых Г.А. Зюгановым, лидируют анализирование положительных сторон, побуждение и анализирование отрицательных сторон; со средней периодичностью применяются тактики безличного обвинения и обещания; все остальные – в публичных выступлениях используются редко.

## Заключение

На современном этапе развития нашей страны политическая коммуникация претерпевает ряд радикальных изменений. Выдвигаются новые требования к языку публичного политического выступления, и появляется необходимость создания наиболее эффективной модели поведения, которая позволила бы политику воздействовать на людей с целью формирования у них политического сознания, а также получения поддержки и признания со стороны общественности.

Сущностью политического PR является установление конструктивных отношений посредством политического взаимодействия между властью и населением. Иначе говоря, PR представляет собой механизм, регулирующий отношения государства и общества, призванный обеспечить публичное признание и сформировать положительный имидж власти. Эффективное использование технологий связей с общественностью – это наиболее действенный метод для достижения стратегических целей, стоящих перед политиками и политическими партиями. Политический PR неосуществим без участия СМИ: на данном этапе развития нашей страны основное значение имеет агитация электората через средства массовой информации.

Специфика публичного выступления в политической PR-деятельности состоит в процессе передачи информации, в ходе которого политик взаимодействует с аудиторией. Основная цель для всех политических ораторов – это оказание желаемого речевого и имиджеформирующего воздействия на аудиторию. Главная задача политика – убедить, призвать, переманить на свою сторону слушателей и заручиться их доверием. Современная политическая деятельность заставляет ее участников обращаться к услугам спичрайтера, в чьи обязанности входит составление текстов речей, выступлений. Тем не менее, в политической PR-компани главенствующую роль играет то, что и как говорит сам политик.

Роль речи в формировании имиджа политика заключается в целевой направленности вербального воздействия на общество посредством использования манипуляций над его сознанием, что способно повлечь за собой изменение мировоззрения. Это воздействие реализуется при помощи различных коммуникативных стратегий и тактик.

Для анализа текстов на предмет использования коммуникативных стратегий и тактик были выбраны публичные выступления В.В. Жириновского и Г.А. Зюганова. В демократической стране оппозиционные партии представляют интерес, а выбранные нами лидеры фракций ЛДПР и КПРФ находятся в оппозиции не только друг к другу, но и к действующей власти. Этим объясняется интерес к коммуникативной и имиджеформирующей составляющей поведения данных политических деятелей.

Анализ публичных выступлений В.В. Жириновского показал, что наиболее частотной в использовании является стратегия театральности. Данный факт был неожиданным, поскольку о лидере ЛДПР сложилось мнение как о человеке с агрессивным, эксцентричным поведением, поэтому на основе стереотипа предполагалось, что излюбленной стратегией политика станет «дискредитация противника», однако по частоте применения она находится на втором месте, а на третьем – стратегия «игры на повышение». Таким образом, для речей В.В. Жириновского характерно использование нескольких стратегий. На основе проанализированных данных выяснилось, что среди применяемых политиком тактик лидируют побуждение, анализ отрицательных сторон и безличное обвинение; со средней периодичностью используются тактики обещания и прогнозирования, а тактики предупреждения, размежевания, анализа положительных сторон, информирования, обвинения, обличения и самопрезентации применяются редко.

Анализ публичных выступлений Г.А. Зюганова показал, что для речей политика характерно использование всех трёх стратегий, причем наиболее

часто он обращается к стратегии театральности, на втором месте по использованию в речи стратегия дискредитации, а на третьем – «игры на повышение». На основе проанализированных данных было выявлено, что среди используемых политиком тактик лидируют анализирование положительных сторон, побуждение и анализирование отрицательных сторон; со средней периодичностью применяются тактики безличного обвинения и обещания; все остальные – тактики информирования, прогнозирования, предупреждения, обвинения, обличения и презентации в публичных выступлениях используются редко.

Таким образом, оба политика используют стратегию театральности чаще остальных. Нами было установлено, что со средней периодичностью лидеры фракций используют тактику обещания, а тактики информирования, предупреждения, обвинения и обличения применяют редко.

Отличительная черта коммуникативной составляющей политических деятелей характеризуется тем, что В.В. Жириновский ни разу не использовал в своих выступлениях тактику презентации, а Г.А. Зюганов – тактики размежевания и самопрезентации.

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что коммуникация и политика тесно взаимосвязаны. Коммуникативные стратегии и тактики – это мощный механизм воздействия на общество. Зная и применяя их на практике, политический деятель способен произвести впечатление на публику, оказать на нее влияние, что позволит наиболее эффективно сообщить необходимую информацию, склонить к каким-либо действиям, спровоцировать необходимую реакцию на то или иное событие или явление и оказать воздействие на эмоциональный фон слушателей.



### Список использованной литературы:

1. Алексеева В.О. Ораторское искусство. Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2006. – 369 с.
2. Анненкова И.В. Риторика для журналистов: историко-культурный, теоретический и практический аспекты: учеб. пособ. - 2-е изд., испр. и перераб. - М.: МедиаМир, 2013. – 120 с.
3. Анистратенко Т.Г. Политическое лидерство: типология и технологии имиджконструирования / Анистратенко Т.Г., 2003. – 22 с.
4. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение: учеб. пособие. – 2-е изд., исправл. – Мн.: Новое знание, 2001. – 328 с.
5. Баранов А.Н., Казакевич Е.Г. Парламентские дебаты: традиции и новации. – М.: Знание, 2011. – 64 с.
6. Безумова Л.Г. Основы PR-технологий: история возникновения PR как коммуникативной технологии, 2009. [Электронный ресурс]. URL: <http://textb.net/44/3.html>
7. Бондарева Я.В. Формирование и восприятие имиджа политического лидера в России: коммуникативный аспект / Бондарева Я.В. - Ростов н/Д, 2005. – 25 с.
8. Вартумян А.А. Региональный политический процесс в современной России : динамика, тенденции, особенности : дис. ... д-ра полит. наук / Вартумян Арушан Арушанович. – М., 2005. - 417 с. ; Введение, оглавление [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/223934.html>
9. Вершинина Н.С. Сознательные и бессознательные компоненты образа политической власти // Сибирский психол. журн. - 2008. - № 27. - С. 54-59.
10. Галлямов А.Р. Лидер и имидж лидера в современном политическом процессе: проблемы концептуализации и медиатизации / Галлямов А.Р., – М., 2003. – 27 с.
11. Горчакова В.Г. Имидж власти // Маркетинг в России и за рубежом. - 2010. - № 1. - с. 117-121.

12. Гришин Е.В. Социально-психологические аспекты имиджа политика // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та. Сер. : Психол. науки. – 2008. – № 1. – с. 78–89.
13. Давыдова Т.Ю. Коммуникативные стратегии, используемые при формировании политического имиджа // Вестник Московского университета. Политические науки, 2012. №3. – с. 17-19.
14. Емельянов С.М. Теория и практика связей с общественностью. Политический PR. – СПб.: Питер, 2015. – 240 с.
15. Загайков А.В. Понятие имиджа политического лидера: сущность и подходы к определению. – 2007. - Т. 149, кн. 3. – с. 227–240.
16. Киуру К.В. Имидж политика как феномен публичности // Вестн. Юж.–Урал. ун-та. – 2002. – № 1. – с. 70–74.
17. Комаровский, В.С. Связи с общественностью в политике и государственном управлении // особенности связей с общественностью в политике и государственном управлении.- М.: Изд-во РАГС, 2001. [Электронный ресурс]. URL: <http://refdb.ru/look/2685665-p2.html>
18. Комиссаров В.П. Методология и технологии конструирования имиджа политического лидера. – 2007. - № 10. - с. 22-29.
19. Королько В.Г. Основы публик рилейшенз / В.Г. Королько. - М. : Рефл-бук, 2002. – 528 с.
20. Крайтерман В.С. Политология: Учебное пособие для высших учебных заведений // Маркетинг политического лидера и политической организации: практический аспект. Ставрополь, 2006. [Электронный ресурс]. URL: <http://all-politologija.ru/knigi/politologiya-uchebnoe-posobie/marketing-politicheskogo-lidera-i-politicheskoy-organizacii-prakticheskij-aspekt>
21. ЛДПР. Время Жириновского. -Москва, 2007. – с.11.
22. Лисовский С.Ф. Политическая реклама. Имидж политика как коммуникативная компонента политической рекламы // Б-ка «Полка букиниста», 2006. – [Электронный ресурс]. URL: [http://polbu.ru/lisovsky\\_politadvert/ch07\\_all.html](http://polbu.ru/lisovsky_politadvert/ch07_all.html)

23. Мечин В.С. Политический имидж / В.С. Мечин. - СПб. : Питер, 2002. – 242 с.
24. Михальская А.К. Русский Сократ: Лекции по сравнительно-исторической риторике. – М.: Изд. центр «Academia», 1996. – 192 с.
25. Мякотина О.В. Имидж политического лидера: тенденции становления и / Мякотина О.В. – М., 2008. – 28 с.
26. Паршина О.Н. Современная политическая речь. Теория и практика. – М.: ЛКИ, 2012. – 325с.
27. Пашенцев Е. Н. Пабрик рилейшнз: от бизнеса до политики. 2-е изд. М.: Финпресс, 2000. – 229 с.
28. Петрова Е. Имидж как фактор продуктивной политической коммуникации // Корпоративная имиджология. – 2007. - № 1. –[Электронный ресурс]. URL: [http://www.ci-journal.ru/journal/01\\_2007/](http://www.ci-journal.ru/journal/01_2007/)
29. Петрова Е. Имидж политика: работа имиджмейкеров или состояние электората? / Е. Петрова, В. Жебит – 2008. – № 1. – С. 68–71. – [Электронный ресурс]. URL: [http://www.ci-journal.ru/article/35/200801image\\_putin](http://www.ci-journal.ru/article/35/200801image_putin)
30. Почепцов Г.Г. Информационные войны / Г.Г. Почепцов. - М. : Рефл-бук. - 2002. – 576 с.
31. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшенз для профессионалов / Г.Г. Почепцов. - Киев : Ваклер, 2002. – 624 с.
32. Рожкова Е.А. Имидж и социальные роли политика / Рожкова Е.А., – М., 2006. – 24 с.
33. Русецкая О.Н, Ямов Н.В. Функционально-стилистические особенности публичной речи – 2010. - с.144-147.
34. Смоляков В.В. Имидж политического лидера в структуре коммуникативного пространства - М. // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18. Социология и политология. – 2000. - № 2. - с. 102-108.
35. Стернин И.А. Практическая риторика: Понятие публичного выступления. Виды публичных выступлений. Изд-во 6, 2011.-5 с.169.

36. Стризое А.Л. Политика и общество: социально – философские аспекты взаимодействия: Изд-во ВГУ, Волгоград, 1999. [Электронный ресурс]. URL: [http://provizitku.ru/politosociolog/strizoe\\_a\\_l\\_politika\\_i\\_obhhestvo\\_social'no-filosofskie\\_aspekty\\_vzaimodejstvija\\_volgograd\\_1999\\_156\\_s.html](http://provizitku.ru/politosociolog/strizoe_a_l_politika_i_obhhestvo_social'no-filosofskie_aspekty_vzaimodejstvija_volgograd_1999_156_s.html)
37. Титова Е.В. Имидж политического лидера / Е.В. Титова. - Ростов н/Д, 2006. – 386 с.
38. Фролов Е.В. Политический имидж институтов государственной власти России: современное состояние и перспективы / Фролов Е.В. - М., 2005. -23 с.
39. Хазагеров Г. Г. Политическая риторика [Текст] – М.: Никколо-Медиа, 2012. – 313 с.
40. Швидунова А. СМИ как субъект политического процесса и инструмент политических технологий // Б-ка «Полка букиниста» – М., 2003. – [Электронный ресурс]. URL: [http://polbu.ru/shvidunova\\_smi](http://polbu.ru/shvidunova_smi)
41. Шейнов В.П. Риторика. – Мн.: Амалфея, 2011. – 592 с.

#### **Список источников**

1. Дискуссия Г.А.Зюганова с журналистами на радиостанции «Эхо Москвы», 2007. [Электронный ресурс]. URL: [https://kprf.ru/rus\\_soc/52220.html](https://kprf.ru/rus_soc/52220.html)
2. Жириновский В.В. «Выступление в Государственной Думе на митинге в День народного единства». [Электронный ресурс]. URL: [http://ldpr.ru/leader/speech/speech\\_of\\_the\\_head\\_of\\_the\\_ldpr\\_faction\\_in\\_the\\_state\\_duma\\_vladimir\\_zhirinovsky\\_at\\_a\\_meeting\\_of\\_the\\_national\\_unity\\_day/?is\\_print=1](http://ldpr.ru/leader/speech/speech_of_the_head_of_the_ldpr_faction_in_the_state_duma_vladimir_zhirinovsky_at_a_meeting_of_the_national_unity_day/?is_print=1)
3. Жириновский В.В. Выступление на встрече с президентом РФ Владимиром путинным в Ялте: «Россия может развиваться только в формате империи». [Электронный ресурс]. URL: <http://ldpr.ryazan.ru/2014/08/14013/>
4. Жириновский В.В. «Выступление на заседании Госсовета по вопросам совершенствования системы общего образования». [Электронный ресурс]. URL:

[http://ldpr.ru/leader/speech/speech\\_of\\_vladimir\\_zhirinovskiy\\_at\\_a\\_meeting\\_of\\_the\\_state\\_council\\_on\\_the\\_issue\\_on\\_education/](http://ldpr.ru/leader/speech/speech_of_vladimir_zhirinovskiy_at_a_meeting_of_the_state_council_on_the_issue_on_education/)

5. Жириновский В.В. Манифест «Давай поговорим, товарищ!» [Электронный ресурс]. URL:

[https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fldpr.ru%2Fstatic%2Fuploads%2FManifest\\_2012.01.16.20121856229b9fa.doc&name=Manifest\\_2012.01.16.20121856229b9fa.doc&lang=ru&c=575d58c3d476](https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fldpr.ru%2Fstatic%2Fuploads%2FManifest_2012.01.16.20121856229b9fa.doc&name=Manifest_2012.01.16.20121856229b9fa.doc&lang=ru&c=575d58c3d476)

6. Жириновский В.В. Программная статья в газете «Известия». «Куда двигаться в России». [Электронный ресурс]. URL:

<http://izvestia.ru/news/513893>

7. Зюганов Г.А. «Выступление на заседании Госсовета по вопросам совершенствования системы общего образования». [Электронный ресурс].

URL: <http://special.kremlin.ru/events/state-council/51001>

8. Зюганов Г.А. Обращение в газете «Правда»: «К нашим товарищам! Объединяясь и действуя, мы с вами можем многое». [Электронный ресурс].

URL: <http://kprf-kchr.ru/>

9. Зюганов Г.А. Обращение к русскому народу: «Вставайте, люди русские!» [Электронный ресурс]. URL: <http://kprf-kchr.ru/?q=content/>

10. Зюганов Г.А. Обращение в газете «Правда»: Поднять громаду дел, идти к победе народа! [Электронный ресурс]. URL: <http://kprf-kchr.ru/?q=node/2920>

11. Зюганов Г.А. Поздравление граждан страны с 94-й годовщиной Великой Октябрьской Социалистической революции. [Электронный ресурс].

URL: [https://kprf.ru/rus\\_soc/98499.html](https://kprf.ru/rus_soc/98499.html)

12. Комсомольская правда «Я сидел в тюрьме. Из-за Маркса», 2003. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.bel.kp.ru/daily/23068/4873/>

13. Предвыборная программа КПРФ, 2011. [Электронный ресурс]. URL: <https://kprf.ru/crisis/offer/97653.html>

**Тексты публичных выступлений В.В. Жириновского****Встреча с президентом РФ Владимиром Путиным в Ялте. «Россия может развиваться только в формате империи».**

Можно много говорить о внутренней политике, но все заканчивается плохо, когда совершаются ошибки во внешней политике. 100 лет назад Российская империя была конфеткой, все было отлично летом 14-го года. Нас втянули в войну, и чем закончилось вы знаете. К 40-му году Советский Союз был вторая конфетка. Но нас опять втянули, и чем закончилось вы знаете. Вывод? Тысячу лет Россия занимает оборонительную позицию. Мы ждем, когда на нас нападут. Я не буду брать тысячу лет назад. Берем Наполеона — он ждет развязки войны в Литве. Молодой царь плохо соображает и сидит в Петербурге. И разрешает Наполеону всю Россию захватить, сжечь Москву, а уж потом можно немножко догонять французов и в конце-концов победить. 41-й год — все ясно было: начнется, уже точно начнется, ну дайте приказ начать 20-го июня и разгромить немцев на территории Польши. Нет, ждем. Страх, неумение, ошибки. Поэтому это очень дорого обходится.

Второй момент: Россия расцветала, рождалась и может развиваться только в формате империи. Любая республика — советская, федеративная, народная, демократическая — это губительно. Поэтому пока мы не определим форму государства, может быть, даже поставить вопрос о восстановлении империи. Кто нам мешает? Испания же восстановила монархию, ничего не случилось. Поэтому надо понимать формат развития. Вот простой пример — климат: мне здесь жарко. Мой климат — Архангельск, Ленинградская область, даже Воркута. Здесь я задыхаюсь. Что я должен делать? Жить там, где организму лучше. Так и Россия. Она себя плохо чувствует в формате республики, в формате дружбы народов. В формате: империализм — не надо, капитализм — не надо, социализм — плохо, нельзя так.

Нас ни с кем нельзя сравнивать. Поэтому начинать мы должны первыми. У Сталина был план — начать раньше и разгромить немцев на территории Польши, но не хватило ему решимости. Так и генералы предлагали громить Наполеона в Польше.

Поэтому развитие не может идти в рамках республики, не может идти в рамках этой демократии, как у нас: выборы, партии, профсоюзы. Выборы осенью, выборы весной – какая разница? Они вообще не нужны, эти выборы. Кто кого выберет, откуда вы знаете, что это за люди. Выбираем вслепую, разве мы знаем, кого выбираем? Если раньше при советской власти в трудовом коллективе хотя бы знали, кто он такой. Сейчас приходит человек и начинает говорить все, что угодно. Кто его знает? Никто. Поэтому, это выборы — профанация, придуманная на Западе. Разыграть. Там одна партия, но для видимости выходит от Демократической – от Республиканской. Во всей Западной Европе одна партия, но разыгрывают спектакль перед своими избирателями. А нам зачем спектакль разыгрывать? Нам нужна мощь.

Наша экономика может быть только милитаризованной. Вот если у нас пройдет милитаризация всей экономики, если мы снова нашу армию подведем к западным границам, я не говорю воевать. Но чтобы она стояла здесь, она стоит за Уралом, где-то на юге. Вот сюда всю поставить армию! Миллионная, двухмиллионная. Они трусливые, они боятся, нужно брать испугом, кнутом, мы — пряником: нате наш бюджет, 10 лет бюджет уходил туда, на Запад! Кудрин объяснял, что там выгодно. А теперь что? Теперь нам по морде бьют нашими же деньгами. Поэтому никакой выгоды нет туда деньги отправлять или здесь заниматься только торговлей. Торгует вся страна! Вот сейчас начинаем только строить заводы.

Поэтому милитаризация, мобилизация, жесткая пропаганда день и ночь, чтобы они боялись. Я однажды сказал одну фразу финнам, через две недели военный бюджет Финляндии был увеличен на 30%. Одна моя фраза и на 30% увеличился бюджет. Мы поставим пропаганду так, чтобы они боялись, что танки двигаются на Киев, танки могут дойти до Брюсселя. Мы должны

объявить, что у нас есть новое оружие. Их ракетные системы нам совершенно ни к чему, они нам не угрожают. Надо испытывать новое оружие. Поэтому вы же должны понять, что план «Барбаросса 2» подписан. И мы ждем 22 июня? Нет. Теперь мы должны начать 20 июня. Как и где – это решают военные, Генеральный штаб.

Они смеются над нами, издеваются. Русский язык запрещают по всему миру. Что они делают сегодня? Убивают русских. Вот сидите вы и смотрите, мы их гоним как беженцев, и еще не пустим к вам как беженцев и будем расстреливать их, казнить, родильные дома будем бомбить, больницы, а вы гуманитарную помощь направляйте. Это что, Россия? Чтобы царь направил гуманитарную помощь сербам 100 лет назад! Он армию направил. Это была ошибка, но армия пошла. Если бы не большевики, то наша армия стояла бы в Берлине в 18 году.

Теперь мы современная Россия. Мы наконец совершаем правильные шаги. Первые начинаем, но куда мы пррем? В Афганистан. Это наши союзники — мусульманский мир. Еще одна ошибка России: мы все время шли на Запад, а там у нас нет ни друзей, ни союзников. Надо идти на Юг, но идти с миром, как союзники. Единственное правильное, что сделал Ленин: первые договора о дружбе – Афганистан, Иран, Турция. Всё. Все остальные — империалисты. В 2001 году, Владимир Владимирович, когда была атака на Нью-Йорк, вы позвали нас в Кремль, лидеров партий, фракций. Вы спросили: что делать? Все сказали: лечь под Буша. Кроме меня. Я вам сказал: проявить солидарность с мусульманским миром. Сказать им, что не бойтесь, вас никто не будет бомбить, Россия с вами. Я это единственный сказал, и стенограмма есть в Кремле. Сегодня мы поворачиваемся к мусульманскому миру, вот вам и Египет, вот Эрдоган — Турция, вот с Ираном укрепляем. 14 лет потеряны. Кто эти советники в МИДе? Кто эти советники в вашем окружении, которые вам ориентацию на Запад дают?

Я пришел к Чубайсу, говорю: вот давай с Ираном отличная сделка, деньги. «Нет, нет, нет, мы заработаем с американцами, мы будем помогать, с ними



сотрудничать в космосе». Досотрудничались в космосе? Чубайс – враг, до сих пор он министр. Это чудовищно. Как он может быть министром? Как может быть Институт имени Гайдара? Фонд имени Гайдара? Фонд имени Ельцина, улица Ельцина, бюст Ельцина? Всю страну раздал за одну ночь! Пропил страну всю 8 декабря 91 года. И ему памятники поставили. Мы не можем жить под этим флагом бело-красно-синим. Это флаг торговли, флаг Власова, Керенского. Нам нужен черно-желто-белый флаг Российской империи. Под этим флагом мы достигли максимума успеха.

Нам нужно другое название государства, другое название вашей должности – верховный правитель. Не хотите императором – давайте верховный правитель. Хотя император Владимир Первый – звучало бы хорошо. Тогда будут уважать. Может, и гимн вернуть «Боже, царя храни». Великолепный был гимн, гимн о том, что нужно хранить своего руководителя, хранить свою страну, она единственная, страна твоя. И с этим гимном действительно русская армия шла вперед и побеждала.

В Афганистан мы вошли с армией – этого не надо было делать. То есть мы начали проводить при Брежневе наступательную политику, и нас боялись. Но если вошли – уходить не надо было. Одна ошибка – входим с оружием, другая – выходим. Выходить не надо, окопайтесь и сидите. Вас сбивают на вертолетах – нечего летать на вертолетах, сидите в катакомбах. Ночью всех арестовывайте, ночью всех расстреливайте. Сегодня бы сидели в Афганистане. Поэтому все можно делать.

Как сегодня на Украине. Что, у нас, нет средств, которые уничтожают всю колонну танков за 15 минут, всю колонну БТР за 15 минут? Сносят целые улицы в городах, и все это сегодняшнее вооружение российской армии. Почему бы его не испытать и не показать, на что способна наша армия? Не обязательно ее вводить. Что там, американская армия воюет? ЧОП воюет, добровольцы воюют, а у нас миллионы добровольцев могли бы там повоевать.

Направление на Юг, а не на Запад. Мы все время злим. Мы с этой Польшей возимся сколько времени. А Польша Украину делает такой же враждебной. Польша Прибалтику сделала. Зачем нам это? Мы победили Наполеона – чего вышли из Парижа? Там бы и сегодня еще стояла наша армия, и не было бы вообще никакой войны. Из Берлина ушли – сегодня бы там армия стояла. То есть должна быть та политика, которую проводила Российская империя и Советский Союз. Я ничего не выдумываю, я беру все лучшее, что было в царской России и в советской. Когда ни одна пушка не стреляла в Европе, пока русский царь не даст согласия. Когда пошел плохой спектакль в Париже, царь позвонил и сказал: «Вам нужно 100 тысяч новых зрителей в ваш парижский театр?» Те поняли и заткнулись. Спектакль сняли. Когда Англия провоцирует войну России с Турцией, Александру Третьему доложили. Он вот так ударил: «Всю казну на войну!». Дошло до Лондона, все прекратили. Царь сказал одну фразу: «Всю казну на войну», рука мощная такая, стол чуть не треснул, и быстренько шпионы доложили британскому послу. И Лондон: «Все, все, мы ничего не делаем, все в порядке, войны не будет». Они должны бояться каждый день и каждый час.

Нам нужен министр пропаганды – хорошие министры есть, может быть, они работают, но есть вещи, где должны быть люди особого склада. Чтобы он сказал и пол-Европы боялось, ноги дрожали. Поэтому повернуться к мусульманскому миру, хотя там уже много антироссийски настроенных режимов. Мы могли бы сотрудничать и с Саддамом Хусейном, и с Каддафи, и с исламским Ираном давно бы дружили. В 2000 году ЛДПР говорит: «признать правительство талибов». Вы его признаете, и весь мир признает, с опозданием на 15 лет. А если бы тогда признали и его бы сохранили, а не свергали, не было бы того потока наркотиков. Им не нужна Средняя Азия. Им нужен Пуштунистан.

У нас востоковеды должны быть везде, у нас восток горит, евроазиатское пространство наше, а Польшу забыть. А Прибалтике сказать, что там такое количество танков и самолетов НАТОвских, что в случае большой войны мы

не можем гарантировать существование этих государств. Я это уже сказал, там они уже бегают, боятся. Я в заключение: большое значение имеет устройство страны, ее оболочка, как это функционирует естественным путем. Сейчас – неестественным. Мы боролись с пропагандой гомосексуализма среди детей, а когда будем бороться с пропагандой того извращенного устройства собственной страны? Царь бы этого не потерпел и советская власть. Вы какую создали страну по устройству, по экономике, по культуре и так далее? Сегодня издеваются над нами. Такого не было никогда, ни при царе никто бы не посмел убивать русских, ни при советской власти. Они же уважали, боялись. Мы должны базы новые создать, новый флот, чтобы все кипело, гудело, гремело. И десантировать наших следователей, арестовать всех, кто там совершает преступления.

Ужель не могут наши командиры чужие изорвать мундиры о русские штыки?

**Выступление В.В. Жириновского на заседании Госсовета по вопросам совершенствования системы общего образования.**

Уважаемый Владимир Владимирович. Вот все выступили. Мы обсуждаем школу, но нет голоса учеников. Все хорошо, все говорят – стандарты, школы, обучение, питание. А что они думают о наших учителях?

Вот когда входит завуч в класс и говорит «ваша учительница заболела» - класс взрывается аплодисментами, кричат «ура». Почему - они рады, что не будет урока. А почему – потому что скучно им, потому что надоел этот учитель. Он одно и то же говорит, он не видит класса, он просто отрабатывает время, 45 минут и все. Это проблема.

Вот лучший учитель года, хорошо. Кто его определил? Давайте эксперимент – он проведет урок и в той же школе через час я проведу. И спросим у учеников – не у Минобразования – что скажут ученики.

Вы для кого стандарты все эти делаете? Вы для кого определяете лучших учителей? Это для вас лучший учитель или для учеников?

Я сделал несколько уроков, направил в Минобразования, говорю: растиражируйте в школах, пусть учителя посмотрят. Вот их ученики хотели бы, чтобы вот такие были учителя, чтобы им было интересно слушать? Когда приходит завуч в класс и говорит, что ваш учитель заболел, они плакать должны, что заболел любимый учитель и сегодня они его не услышат. А они все кричат «ура». Вот это самая лучшая оценка работы.

Дальше, я вам положил «Бесогон» - это тоже образование. Не только школа, родители, но есть хорошие передачи на телеканалах. Великолепная передача «Бесогон», ведет Никита Михалков. Вдруг, в декабре отменяют – он там покритиковал слегка журналиста, который сделал русофобские заявления, оскорбил русский народ, всякую чушь сказал. И даже Михалкову не дают права высказать неодобрение. Ведомственные интересы, ТВЦ цензурирует, исключают, когда депутат наш ведет передачу. Т.е. два канала набросились. Получается, что ученики слышат? Ведь на Украине русофобские настроения. Сейчас 3 миллиона посмотрели эту запрещенную передачу Михалкова – почему интерес такой есть? Потому что не понятно вообще, с какой стати по каналам телевидения стали звучать антирусские заявления.

Еще один вопиющий факт. В этом году, 22 июня, идет встреча соотечественников и руководитель Госархива страны делает заявление, что не было никаких 28 героев-панфиловцев. Это что такое?! У меня брат погиб, у меня есть справка. Там все перепутано, там все перепахали, там разные дивизии были, там, возможно, были и другие дивизии, но они погибли, они уже герои! Он через 74 года заявляет: не было – это сталинская выдумка! Это что такое?!

У него контракт заканчивается, я попросил бы не назначать больше его, не продлевать – такие люди не должны руководить Госархивами. Через 30 лет нам скажут, что наши летчики в Сирии тоже зря проливали кровь! Тоже найдутся такие, которые почитают западные газеты или послушают радио «Эхо Москвы».

Дошло до того, что пакт Молотова-Риббентропа не нужно было заключать – чуть ли это не преступление! Да ты сам попробуй в 1941 году спасти страну нашу! Мироненко его фамилия... Вот это как бы проблемы.

Вот по языкам – хотят два иностранных ввести в школах. Я против. Даже один – факультатив должен быть, нельзя заставлять в национальных регионах русских детей учить национальный язык – по желанию. У нас государственный язык русский и нельзя с детских лет – с детского сада начинают заставлять! Ну, 100 километров – язык кончается. Что будет делать мальчик – мордовский изучил, поехал в Татарию – татарский, поехал – финно-угорский? Что издеваться! Эти языки все кончаются за 100 километров, полчаса на автобусе! Даже иностранный международного плана язык очень тяжело. Я четыре языка учил – лучше бы я ни одного не учил, сколько сил потрачено! Полно переводчиков, интернет, смартфон – все тебе переведут моментально.

Надо думать хорошо, кто хочет работать переводчиком, преподавателем – пожалуйста, но вбивать в голову! Надо, чтобы экономистами они были, соображали, чем им нужно заниматься.

Гуманитарное направление должно быть в классах – сразу технический класс, гуманитарный. Но вы видите, что он не хочет заниматься техникой никакой, давайте сделаем два гуманитарных класса, два технических. Летом на практику направить.

Вот ко мне приходит, я говорю – чем хочешь быть? Врачом. Вот сходи в морг, приемный покой, если ты не падаешь в обморок, когда видишь покойников, а в приемном покое гной – тогда иди в медицинский. Но они же идут, потом они не работают врачами, 30% только работают по специальности приобретенной. Значит, мы им не дали возможностей узнать будущую профессию.

Семейное воспитание, половое воспитание. На Западе, может, перебор – там штрафуют родителей, доходит до суда, если родители мешают ребенку посещать специальные занятия по половому воспитанию. У нас недобор –

вообще ничего нет, закрытая тема. Как закрыли в 1928 году - 10 лет после революции только что-то можно было говорить. Но так же нельзя, ведь половина браков распадается – это что, действительно не сошлись характерами? Именно отсутствие полового воспитания приводит к распаду семьи, когда неправильно подобрали партнеров.

В этом смысле роль мужчины нужно как-то отразить на уроках у нас – у нас только 20% учителей - мужчины. Это уже плюс – уже больше, раньше было 5-10%, сейчас Министерство — молодцы. Может, они сумели добавить. Но все равно мало. И надо это оттенять. Надо спросить у учеников. Женщины - хорошие учителя, но им трудно, в принципе, хорошо познать психологию мальчика. Большинство преступников — мальчики, и женщина-учитель не может его криминальные наклонности остановить – она не понимает его, поскольку ей ближе все-таки женская психология.

Питание в школе. Я до сих пор помню этот пирожок с повидлом за 5 копеек. Нельзя, чтобы дети были голодные в школах – обеспечить питание 100%. Это будущая оппозиция – вот они голодные в школе, непонятые в вузе, затертые в трудовых коллективах, и они выходят на улицы. Значит, надо в школе их оградить от того, чтобы они были недовольны чем-то. До сих пор – представляете, какая травма.

И еще травма - ботиночки мне дарят. Родительский комитет, подходят и говорят, две женщины: Вова, ты у нас из самых бедных, вот мы тебе решили подарить ботиночки. 60 лет я это помню – кто вам дал право меня объявлять из самых бедных! Это же у ребенка самое страшное, что его выделили, что он плохой, что он нищий! Подарите к Новому году – Дед Мороз принес! Надо понимать психологию ребенка.

Т.е. должны быть какие-то не стандарты Министерства и запросы, надо видеть их, учеников, понимать, слушать и в этом смысле я бы очень хотел, чтобы какие-то были новые предметы введены. И лучших учителей давайте определять, но после определения давайте конкурс проводить, чтобы понять, действительно ли он лучший учитель. Они что хотят? Смотрите, сколько

написано, смотрите, сколько бумаг – все позиция учителей, чиновников. А где позиция школьников?

И последнее, смотрите, как вот сделали они, презентацию вот нам устроили – государственные флаги. И русский флаг в самом конце у них идет – с какой стати? Вот он – «Новый образ российской школы». Британский флаг красиво видят, немецкий, даже американский – наш флаг чуть-чуть виднеется из-за этого. Ну кто это делал? Это враг делал! Новый образ российской школы! Это новый образ европейской школы в Страсбурге! А это Москва, Госсовет! Хоть смотрите, когда вот такие буклеты выпускают – это российская школа, на первом месте государственный флаг России и все остальное, а они на первое место поставили чужие флаги, и русский флаг – надо еще понять, где он, русский.

Поэтому все это имеет значение и я бы очень хотел, чтобы на следующем Госсовете, если будет проходить на эту тему, позовите лучшего ученика лучшей школы страны. Давайте определять не только учителя, но и лучшего ученика – чтобы они сказали, что им нравится, а что не нравится.

**Тексты публичных выступлений Г.А. Зюганова****Обращение к русскому народу. Вставайте, люди русские!**

Братья и сестры, товарищи, друзья!

Из века в век потом и кровью, в счастье и в горе строилась великая Русь. Строилась мудростью тех, кто вёл наш народ, и его природной смекалкой. Наша любимая Отчизна крепла, мужала и возвышалась. Раскинувшаяся на четверть мира, она громила самых сильных и яростных врагов, которые из столетия в столетие накатывались на наши рубежи, стремясь поработить, а то и под корень изничтожить русского человека и всю русскую цивилизацию. Волны кочевников, рати немецких крестоносцев, польские и шведские оккупанты, турецкие рати, а следом за ними наполеоновские легионы, силы Антанты и фашистские армии, собиравшие под свои знамёна почти всю Европу, вдребезги разбивались о Россию.

Мы первыми шагнули в будущее, создав социалистическое советское общество. В нем не было эксплуатации человека человеком, а неисчислимы богатства страны принадлежали всем и каждому. Мы первыми освоили мирный атом. Первыми прорвались в космос. Каждый имел работу, достойно жил и был уверен в завтрашнем дне. Мощь советской державы почти полвека после Второй мировой войны умирляла агрессивные инстинкты империализма. Она обеспечила миру невиданно долгий в истории период спокойной и созидательной жизни.

Но всё это было разрушено перерожденцами-перестройщиками и пришедшими им на смену жуликами-реформаторами. Они предали страну и отдали её на разграбление. За двадцать лет буржуазной контрреволюции нашу Родину, лишённую трети территории и половины населения, отбросили куда-то в начало XVII века. Особенно беспощадно уничтожается село, как основа и хранитель русского образа жизни. Сегодня власть только и делает,



что громоздит одни обещания на другие. И тут же забывает о них. В никуда канули и посулы демократии, и обещания парламентского строя, и планы удвоения ВВП, и всевозможные громогласные прожекты типа развития нанотехнологий и модернизации всего и вся.

Под эти разговоры страна потеряла около 15 миллионов населения, из которых 14,5 – русские. Русские области стремительно вымирают. Наш народ отстранен от управления своим государством и его экономикой. Русские лица редко встретишь на мероприятиях официальной культуры, их почти нет в руководстве СМИ. В угоду ненасытному капиталу миллионные потоки иностранных мигрантов, превращённых в дармовую рабочую силу, заполняют наши города. Речь уже идёт об их прямом расселении на коренных русских землях, чего не практиковали самые лютые захватчики. Русские постепенно становятся ущемленным меньшинством на своей родной земле.

Сегодняшняя власть боится и ненавидит нашу самобытность и особость. Уж слишком они чужды западной бездуховности и неподвластны глобализации по-американски, которая, словно бульдозер, рушит исторически сложившиеся национальные государства по всему миру.

Сокращение рабочих мест на предприятиях, присвоенных иностранным капиталом, лишает русского человека работы. Хищнические махинации банков крадут его трудовые накопления и последние средства в жизни. Культурный геноцид пытается отнять у нас Пушкина и Толстого, Тютчева и Есенина, Маяковского и Шолохова, Фадеева и Чернышевского, Репина и Левитана и тысячи других великих имён, на века прославивших Россию. Преступная ювенальная юстиция рушит семьи, отнимает детей у родителей, уничтожает генофонд нации.

«Россия без русских!» – таков, обобщённо говоря, девиз многих нынешних правителей.

Русофобский этот курс вызывает сегодня в обществе всё большее негодование и протест. Он пробуждает людей от безразличия, возрождает чувство локтя и взаимопомощи. Рождает волю и желание бороться за свои права, свою веру, традиции и культуру, за светлое и достойное будущее для наших детей.

В этой всё более разгорающейся национально-освободительной борьбе русским людям есть на кого опереться. Это сила – Коммунистическая партия Российской Федерации. Она унаследовала лучшее из истории Российской державности, колоссального опыта СССР и КПСС. Прошла жёсткую школу борьбы за последние 20 лет. Сохранила победный сплав русской и социалистической идеи. КПРФ глубоко укоренилась в народе и во всех слоях общества, обладает опытными кадрами организаторов и специалистов. Её поддерживает двадцатимиллионная армия сторонников, для которых дружба народов, свобода и независимость – главные ценности на земле.

В нашей команде – такие известные стране люди, как академик, нобелевский лауреат Ж.И. Алфёров; кинорежиссёр, создавший знаменитый фильм «Тарас Бульба», В.В. Бортко; лётчик-космонавт, дважды Герой Советского Союза С.Е. Савицкая; адмирал, современный русский флотоводец В.П. Комоедов; талантливые организаторы И.И. Мельников и В.И. Кашин и многие другие товарищи.

Вооружённая научно проработанной программой спасения страны, удвоившая за последние четыре года своё политическое влияние, Компартия уверенно идёт на декабрьские парламентские и мартовские президентские выборы.

Наша программа по русскому вопросу такова:

1. Вернуть действовавший в советское время принцип установления национальности ребёнка по национальности его родителей. Восстановить графу «национальность» в паспорте.

2. Обеспечить право русских и других коренных народов России на получение природной ренты, т.е. полного распределения доходов от продажи природных ресурсов между гражданами.
3. Законодательно закрепить и фактически обеспечить равные возможности для всех народов России на представительство в органах государственной власти, на руководящих должностях предприятий и в СМИ.
4. Резко ужесточить миграционное законодательство, исключив легальные каналы для внешней и внутренней колонизации исторически русских земель. Вернуть в обновлённой форме советскую систему регулирования миграционных потоков, в т.ч. систему прописки.
5. Принять чрезвычайные меры для ликвидации этнических банд.
6. Ввести смертную казнь за насилие над детьми, за наркоторговлю, а также за похищение людей и содержание их в рабстве.
7. Обеспечить комплекс мер, направленных на приоритетную поддержку рождаемости среди коренного населения России, и прежде всего русских, как государствообразующей и, в то же время, наиболее пострадавшей от преступной политики режима нации.
8. Использовать все имеющиеся в распоряжении государства средства для пресечения и недопущения дискриминации русских, всех наших соотечественников в любой точке Земли.

Мы обращаемся к гражданам страны, и, прежде всего, к вам, русские люди, с призывом поддержать нас в этой борьбе, отдать голоса компартии и нашей команде на думских и президентских выборах. Мы призываем всех соотечественников, особенно православно-патриотические организации, которые словом и делом доказали свою любовь к России, к соработничеству в деле защиты Отечества.

Вставайте, люди русские! Это есть наш, самый важный и решительный бой! Бой за дружбу народов! За спасение Родины – матери! За честь и достоинство каждого гражданина России!

**Обращение Председателя ЦК КПРФ Г.А. Зюганова, размещенное в газете «Правда». «К нашим товарищам! Объединяясь и действуя, мы с вами можем многое»**

Уважаемые соотечественники!

Товарищи и друзья!

Близится Первомай — День международной солидарности трудящихся. В условиях современной России пролетарская солидарность вновь вернула себе исконный исторический смысл. Это благодаря ей наши отцы и деды совершили Великую революцию в Октябре 17-го и построили первое в мире государство рабочих и крестьян. Это благодаря ей они одержали Великую Победу в мае 45-го и построили Советскую сверхдержаву. В ней, в солидарности, и сегодня ключ к возвращению власти трудовому народу, к переводу страны на рельсы развития и справедливости, к удовлетворению социальных и духовных потребностей каждого гражданина Отечества.

Объединяясь и действуя, мы с вами можем многое. События ближайшего года способны открыть важный этап в развитии России. В декабре страна будет избирать новый состав депутатов Государственной думы. В марте 2012 года предстоят выборы президента Российской Федерации. От выбора большинства напрямую зависит будущее целых поколений, будущее нашей страны.

Правящая коалиция из «Единой» и «Справедливой России» не желает считаться с жизненными нуждами трудящихся. Декларируя стремление к модернизации, власть на деле продолжает прежний, губительный для страны курс. Она демонстрирует свою полную некомпетентность в управлении государством. Все провозглашаемые программы «партии власти» оборачиваются блефом. Все её благие пожелания завершаются крахом. Миллиарды бюджетных средств исчезают в ненасытном чреве коррумпированной бюрократии. То немногое, что власть выделяет на социальную поддержку и повышение заработной платы, беспощадно разворовывается и съедается инфляцией.

Компартия Российской Федерации идёт на выборы, имея в своем арсенале весомый пакет программных документов. Они позволяют решить важнейшие вопросы в жизни страны. Они прошли отработку в экспертных группах и на «круглых столах» в Государственной думе. Они получили поддержку лучших российских ученых, хозяйственников, представителей патриотической общественности.

КПРФ никогда не утаивает свои наработки. Регулярно передавая свои предложения президенту и правительству России, мы получаем в ответ равнодушное молчание или прямые отказы. Вот почему мы объясняем соотечественникам: все надежды на правящие круги тщетны. В решении своих проблем народные массы могут надеяться только на самих себя и свою политическую организацию — Коммунистическую партию Российской Федерации.

Отстаивая интересы граждан, КПРФ собирает массовые акции протеста. Информирова о своей деятельности, партия проводит отчеты своих депутатских объединений перед избирателями. Первого февраля 2011 года КПРФ дала старт Народному референдуму. Участвуя в нем, граждане страны имеют возможность дать личную оценку важнейшим инициативам коммунистов. Уже первые результаты народного голосования свидетельствуют о массовой поддержке нашей программы.

Глядя в будущее и идя вперед, КПРФ свято хранит память о подвигах наших отцов и дедов. Партия уверенно стоит на защите советской истории от злобных манкуртов, запятнавших себя губительными перестройками и «реформами». Мы чтим красноармейцев, избавивших нашу страну от иностранной интервенции на заре Советской власти. Мы гордимся героями-стахановцами и всеми создателями индустриальной мощи СССР. Мы высоко несем Знамя Победы, водруженное над поверженным рейхстагом. В эти апрельские дни народ чествует великий подвиг первого космонавта Земли Юрия Алексеевича Гагарина и других гениев нашей науки и техники.

Защита социальных прав трудового народа — главное дело российских коммунистов. Видя это, граждане страны отвечают КПРФ растущим доверием и поддержкой. В ходе последних избирательных кампаний в октябре 2010-го и в марте 2011 года мы расширили свое представительство в органах законодательной власти и местного самоуправления.

Вместе с КПРФ у народа России появляется реальная возможность изменить ситуацию на предстоящих федеральных выборах: спасти страну от окончательного развала; укрепить национальную безопасность; заставить политических проходимцев вернуть народу украденные у него богатства; кардинально улучшить социальное положение трудящихся; вернуть народу право на труд, отдых, бесплатное образование и здравоохранение, достойную социальную поддержку; вернуть людям уверенность в завтрашнем дне.

Ростки народной власти уже прорастают сквозь ледяные оковы олигархического господства. Но успехи коммунистов были бы невозможны без поддержки российских граждан, без солидарности трудящихся масс. Только зрячие могут видеть сквозь туман правительственной пропаганды. Только думающие могут противостоять натиску лжи, алчности и предательства. Только наделённые волей могут убеждать и вести за собой других. И все эти слова о вас — наших товарищах по партии и надежных сторонниках КПРФ. Это ваша поддержка, это ваш трудовой рубль помогают издавать миллионные тиражи наших газет. Это с вашим участием мы наращиваем свои возможности в Интернете. Это благодаря вам развиваются алые стяги на наших митингах и шествиях.

В своей нелегкой работе, напряжённой борьбе мы искренне верим в вашу поддержку. Мы надеемся и рассчитываем на вашу дальнейшую помощь. Вместе — победим! Мы убеждены: когда мы едины, мы — непобедимы!