

*Непроцессуальные характеристики* человека (внешность, телосложение, характер, привычки, привязанности, способности, менталитет, речь и т. п.), следует рассматривать как фундамент, на основе которого формируются *процессуальные, деятельностные характеристики (модель поведения человека)*, связанные с его участием в процессе определенного вида деятельности, позволяющие судить о структуре этой деятельности и вычленять в ней ее системообразующие звенья. Сведенная воедино информация о непроцессуальных и процессуальных характеристиках индивида дает представление о целостном образе человека как совокупности определенных черт его личности. Опыт такого рода описания персонажа художественного произведения представлен, например, в диссертационном исследовании Н.Г. Наумовой [Наумова 2009].

Дальнейшее описание человека как личности, реализующей себя в различных видах деятельности, целесообразно, как мы полагаем, осуществлять в направлении сближения исследовательских программ лингвистов, психологов, а также представителей других наук о человеке.

### **Литература**

1. Асмолов А.Г. Деятельность и установка. М., 1979.
2. Леонтьев А.Н. Потребности, мотивы, эмоции. М., 1971.
3. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М., 1977.
4. Леонтьев А. Н. Индивид и личность // Психология личности: хрестоматия / под ред. Ю.Б. Гиппенрейтер, А.А. Пузыря, В.В. Архангельской. М., 2009.
5. Леонтьев А.А. Язык, речь, речевая деятельность. М., 1969.
6. Леонтьев А.А. Психофизиологические механизмы речи // Общее языкознание. Формы существования, функции, история языка. М., 1970.
7. Леонтьев А.А. Речевая деятельность // Лингвистический энциклопедический словарь. – М., 1990.
8. Наумова Н.Г. Языковые средства создания образа П.И. Чичикова (на материале поэмы Н.В. Гоголя «Мертвые души»): дис. ... канд. филол. наук. – Киров, 2009.
9. Психология личности. Хрестоматия / под ред. Ю.Б. Гиппенрейтер, А.А. Пузыря, В.В. Архангельской (Часть первая. Понимание личности в психологии, философии и религии. Введение). М., 2009.
10. Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений / под общ. ред. акад. Н.Ю. Шведовой. М., 1998.
11. Слободчиков В.И., Исаев Е.И. Психология человека. Введение в психологию субъективности. М., 1995.
12. Чернова С.В. Деятельность: лингвистический анализ. Киров, 2008.

**А.И. Пичкур**

*Самарский государственный университет*

РЕЧЕВОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОЛИТИКОВ В ПРОСТРАНСТВЕ КРИЗИСА

**Финансовый кризис, серьезно затронувший все без исключения страны мира, является главной темой актуального политического дискурса.**

**В статье рассматриваются особенности политической коммуникации в пространстве кризиса. Основное внимание уделяется речевому поведению политиков.**

Коммуникация как социальный феномен представляет собой особую форму человеческого поведения, нацеленную на общение с другими человеческими существами и с миром в целом. Главным субъектом коммуникации является, как известно, личность. Но поскольку коммуникация – это естественная среда существования личности, значит любая личность в первую очередь – коммуникативна [Черничкина 2007: 172].

Ученые, анализирующие коммуникативные составляющие в структуре личности, выделяют поведенческий аспект как одну из доминант. Т.Г. Винокур, определяя феномен речевого поведения, говорит о «языковой личности как средоточии когнитивно-коммуникативных потенций, материализующихся на широком фоне социально окрашенной действительности, которая дает место проявлению психологических свойств и устремлений человека. К ним, прежде всего, относится необходимость получить и отправить информацию, желание быть услышанным и понятым, разделить «неравнодушие» к предмету речи со своим партнером по коммуникации» [Винокур 1993: 18].

В.Б. Кашкин считает, что одним из определяющих параметров коммуникативной личности, наряду с мотивационным и когнитивным, является функциональный параметр. Этот параметр подразумевает практическое владение вербальными и невербальными средствами общения, умение варьировать коммуникативные средства; построение дискурса в соответствии с нормами кода и правилами этикета. Все это, в конечном итоге, характеризует проявления личности на уровне коммуникативного поведения [Кашкин 2000: 131].

В.И. Карасик выделяет в понятии «языковая личность» (которая «в условиях общения может рассматриваться как коммуникативная личность») один из трёх сущностных составляющих её аспектов – поведенческий как «набор намеренных и помимовольных характеристик речи и паралингвистических средств общения» [Карасик 2004: 22].

Структура коммуникативного поведения включает нормы, традиции, стереотипы поведения, коммуникативные стратегии, символы, жесты.

Одно из самых молодых направлений в коммуникационных дисциплинах – кризисные коммуникации. «Кризисные коммуникации представляют собой владение метаситуацией, когда удается управлять развитием не просто события, а события, которое развивается в сильной степени по непрогнозируемому сценарию» [Почепцов 2001: 503, 532].

Сложность кризисной ситуации лежит в ее новизне. Это всегда новая ситуация, к которой мы оказываемся не готовыми. Сложность кризисной ситуации лежит также в ее динамичности. Кризис – это событие, во время которого мы всегда ощущаем дефицит времени [там же: 490].

Одна из центральных проблем, возникающих при кризисе, – это колоссальный дефицит информации. Кризис разрывает сложившиеся информационные потоки. Они осуществляются, но оказываются не в состоянии выполнять свои обычные функции [там же: 504].

Для кризисных коммуникаций характерным элементом становится не только дефицит информации, но и потеря доверия к источникам информации. Поэтому особую роль начинают играть те, кто выступает перед населением.

«Имидж облегчает процесс оперирования с поступающей информацией. Имиджевые характеристики задают четкие варианты ожидаемого поведения. Имидж позволяет осуществлять то или иное поведение в кризисной ситуации. Например, имидж военного человека предполагает определенные командирские функции, которые с радостью передает ему гражданское население» [там же: 522].

Так, стереотипное представление о поведении политика включает умение быстро и четко действовать, принимать решения и жестко требовать их исполнения. В таком ключе преимущественно строится кризисная коммуникация первых лиц в России. Здесь находит свое отражение такая характеристика политического дискурса, как его дистанцированность и авторитарность, обусловленная тем, что «властный статус требует соблюдения определенной дистанции в общении. Эффективное проведение политики всегда осуществлялось через символическую “пропасть”» [Шейгал 2003: 59].

Авторитарность отчетливо наблюдается в следующих примерах:

Д. Медведев об отношении власти к бизнесу: «Вообще, надо, чтобы и наши правоохранительные органы, и органы власти перестали кошмарить бизнес... В нашей стране очень важное значение имеют сигналы. Вот *считайте, что этот сигнал дан*» (Известия, 01.08.08.). «Надо среагировать по *всей пролетарской строгости*» (КП, 2.08.08.).

Д. Медведев об ответственности губернаторов за выплату зарплат: «*Нечего прятаться под столами*, надо выходить на предприятия, общаться с трудовыми коллективами, иначе зачем нам начальники в регионах» (Известия, 11.06.09.).

Для А. Меркель подобное авторитарное речевое поведение абсолютно не характерно. При этом оппоненты часто критикуют ее именно за «нерешительность». Например, Й. Фишер, бывший министр иностранных дел: «*Das System Merkel ist krisenuntauglich. Außer - So nicht und jetzt nicht! kommt kaum etwas. Die Folge ist ein dreifaches Vakuum, das die Kanzlerin zu*

verantworten hat: *ein Substanzvakuum, ein Führungsvakuum und ein Machtvakuum* (ZEIT ONLINE 8.12.2008).

По мнению А. Михальской, «в коммуникативном поведении именно речевое поведение – главное, именно оно структурирует, организует все остальное, но вместе с тем и отражает особенности прочего. Поэтому на основании важнейших параметров речевого поведения человека можно с определенной степенью уверенности судить об особенностях его коммуникативного поведения и даже социального поведения в целом» [Михальская 1999: 3].

Речевое поведение регулируется определенными речевыми (коммуникативными) стратегиями. Коммуникативная стратегия – это часть коммуникативного поведения или коммуникативного взаимодействия, в которой серия различных вербальных и невербальных средств используется для достижения определенной коммуникативной цели, “стратегический результат, на который направлен коммуникативный акт” – это совокупность запланированных говорящим заранее и реализуемых в ходе коммуникативного акта теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативной цели. Представление о способе объединения этих теоретических ходов в единое целое (коммуникативную стратегию) называется коммуникативной интенцией, которая и есть движущая сила коммуникативной стратегии [Клюев 1998: 11].

Коммуникативная тактика рассматривается как совокупность практических ходов в реальном процессе речевого взаимодействия. Коммуникативная тактика – более мелкий масштаб рассмотрения коммуникативного процесса по сравнению с коммуникативной стратегией. Она соотносится не с коммуникативной целью, а с набором отдельных коммуникативных намерений [Кашкин 2007: 125].

В условиях кризиса политику важно сообщить гражданам своей страны такую информацию, которая могла бы убедить их в правильности политики правительства и вселить в них надежду на преодоление трудностей, определяемых как временные.

Основные тактики информирующей речи ярче всего проявляются в рамках информационно-интерпретационной стратегии, поскольку в этом случае как раз и преобладает та концептуальная направленность в подаче информации, которая обеспечивает успех информирования в целом [Паршина 2007: 34].

Информационно-интерпретационная стратегия помогает проинформировать население о состоянии дел, прокомментировать те или иные события, рассказать о предпринимаемых мерах для решения существующих проблем. В рамках такой стратегии кризисная коммуникация использует преимущественно тактику признания существования проблемы, тактику акцентирования положительной информации, тактику разъяснения и тактику указания на путь решения проблемы [Богомолов 2009: 1].

**Тактика признания существования проблемы** используется, как правило, в ответной реплике диалога, когда относительно вопроса, затрагивающего «острую» проблему, политик использует речевые средства подтверждения этой проблемы, признающие, что она существует. „Also, wir haben eine Krise, die außerordentlich ist. *Das ist ja auch unbestritten*. Insofern erfordern solche außergewöhnlichen Zeiten auch außergewöhnliche Maßnahmen. Das gilt ganz besonders für den Bankenbereich.“ (БК, 2009)

**Тактика акцентирования положительной информации** выражается явно через использование слов с положительной оценочностью. В выступлениях политических лидеров в России, и Германии постоянно подчёркивается, что государства обязательно преодолеют кризис и выйдут из него с более сильной экономикой.

А. Меркель апеллирует при этом к историческим успехам Германии в экономической, социальной сферах, достигнутым в том числе под руководством ХДС/ХСС: „60 Jahre Bundesrepublik und 20 Jahre Mauerfall in diesem Jahr zeigen, dass unser Land schon ganz andere *Herausforderungen gemeistert* hat als die weltweite Finanzkrise. Die Bundesregierung setzt alles daran, dass wir *stärker* aus dieser Krise herauskommen, als wir in sie hineingekommen sind.“ [БК, 2009]

В кризисной коммуникации настойчиво подчеркивается, что кризис – явление, представляющее собой переломный момент от негативного к позитивному развитию. При этом используется значение слова «кризис» в других языках, этимология слова.

Политолог В. Никонов: «Кризис – никогда *не конец света*, чаще всего он означает просто *ускорение процессов*. У *мудрых китайцев* слово «кризис» обозначается двумя иероглифами: один из них означает «*опасность*», другой – «*возможность*»» (Известия, 12.11.08)

А. Меркель: «Krise – vielleicht wird kein Wort haeufiger verwendet, um den gegenwärtigen Abschwung der Weltwirtschaft zu umschreiben. *Schon im alten Griechenland drueckte "krisis" den Gedanken eines Schluesselmomentes* aus, eines *Wendepunktes*, an dem es gilt, klare und unzweideutige Entscheidungen zu treffen. Das zeigt, dass *jede Krise auch die Chance* birgt, die Dinge zum *Besseren* zu wenden» (FAZ, 18.03.08).

Другая тенденция прослеживается в текстах оппозиционеров, которые в большинстве случаев выбирают критическую, негативную модальность при описании действительности, прибегая таким образом к тактике дискредитации.

Партия «зеленых» в ФРГ: «Wir stehen inmitten *der grosten Weltwirtschaftskrise* seit den 30er Jahren. Zum ersten Mal seit 1928 *stieg* in einem Frühjahr die *Arbeitslosenzahl* in Deutschland, zum Jahresende *befuerchtet* die OECD fünf Millionen Arbeitslose. Doch die Bundesregierung tut so, als erlebten wir eine Art *konjunkturelle Delle*, die es zu überstehen gilt» (FR, 18./19.04.09).

Б. Немцов: «*Наиболее болезненно и тяжело по сравнению с другими странами кризис протекает в России. ... Падение цен на нефть и бегство инвесторов (рекордный отток капитала) привели к колоссальному дефициту денег в российской экономике, вызвавшему обесценение рубля, обвальное падение промпроизводства, доходов населения*» (Грани / Ру).

**Тактика разъяснения** необходима потому, что адресант должен учитывать отсутствие нужных фоновых знаний у собеседника и поэтому не должен ограничиваться простой констатацией факта, простой оценкой информации, но сопровождает свой ответ или выступление дополнительной информацией [Паршина 2007: 36].

А. Merkel: „Ich kann sagen, dass wir unser Handeln *nach zwei klaren Prinzipien ausgerichtet haben: Unser Handeln muss uns fuer die Zukunft staerker machen – Stichwort: nachhaltige Zukunftsinvestitionen, etwa in Bildung, Umwelt, und Infrastruktur. Und: Arbeit fuer die Menschen ist unser Maßstab*“ (БК, 2009).

В условиях кризиса важной является **тактика указания на путь решения проблемы**, так как правительство не имеет права скрывать серьезности положения, но в то же время должно помочь людям преодолеть трудности. „Aber jetzt sage ich noch einmal: es sind extrem schwierige Zeiten. Ich finde, *wir sollten vor allen Dingen jetzt auf die Menschen konzentrieren, ihnen Bruecken bauen, ihnen helfen, damit die Arbeitslosigkeit so gering wie moeglich ist. Wir koennen das schaffen. Und ein Stueck Optimismus gehoert auch dazu – den werde ich verbreiten*“ (БК, 2009).

Информационно-интерпретационная стратегия тесно связана со стратегией убеждения, или аргументативной стратегией [Паршина 2008: 1].

Как известно, в процесс аргументации входит выявление способов разрешения ситуации, их сопоставление и оценка, а также выбор одной из них. Поэтому наиболее частотными в кризисной коммуникации оказались выделенные О.Н.Паршиной для делового общения в целом тактика контрастивного (сопоставительного) анализа и тактика видения перспективы.

**Тактика контрастивного анализа** опирается на прием сопоставления. Сопоставление фактов, событий, результатов, прогнозов воспринимается адресатом как убедительные аргументы.

В исследованных материалах параметрами сопоставления являются, прежде всего, масштабы кризиса в оппозиции «свои/ чужие». Например:

В. Путин: «Выступая перед вами, не могу не сказать и о влиянии глобального кризиса на российскую экономику. Он, конечно, затронул и нас самым серьезным образом. Однако, *в отличие от многих стран*, мы действительно накопили значительные резервы, и они расширяют наши возможности уверенно пройти через период глобальной нестабильности» (Давос 2009).

А. Merkel: «Wir haben – *anders als in Amerika* – nicht die Tatsache, dass die sozialen Sicherungssysteme jetzt runtergehen, die Renten weniger werden,

die Arbeitslosenversicherung gekuerzt wird; sondern wir haben – *im Gegenteil* – hier sehr konstante und zum Teil auch steigende Ausgaben. Und so hoffe ich, dass wir mit der sozialen Marktwirtschaft diese komplizierte Situation meistern koennen und die Kraft haben, Bruecken zu bauen in die Zukunft» (Anne Will, 22.03.09.).

**Тактика указания на перспективу** направлена на то, чтобы выражать стратегические цели, позиции и намерения говорящего. Лидеры, оценивая политическую, экономическую ситуацию, часто пытаются дать прогноз развития событий в будущем.

В.Путин: «...наряду с мерами оперативного реагирования мы работаем над созданием платформы для *посткризисного развития*. В числе наших приоритетов – формирование благоприятной предпринимательской среды...

Мы также *будем активно развивать* инновационные секторы экономики...

Мы *продолжим* реформы в отечественной энергетике. ... *Сохраним курс* на открытость для иностранных инвестиций. ... мы *планируем* сосредоточиться на создании дополнительных возможностей для самореализации граждан.

Мы *будем и дальше* максимально активно развивать образовательные программы...» (Давос, 2009)

В кризисной ситуации прогноз занимает особое место. С одной стороны, люди хотят знать масштабы кризиса, сроки и способы выхода из него. С другой стороны, кризис – явление, плохо поддающееся объективному и точному прогнозированию. Политики вынуждены это признавать.

**Frage:** Wann ist das Ende dieser Krise?

**A. Merkel:** *Wir waeren alle froh, wenn wir das genau wuessten. Wir muessen alles tun, damit das Ende schnell erreicht ist. Das heißt, wir muessen die Banken wieder zum Arbeiten bringen, das ist noch nicht voll geschafft, nicht nur bei uns nicht. Dann muessen wir schauen.* (Anne Will, 22.03.09.)

В. Путин: «Но, вы знаете, *есть разные прогнозы по мировой экономике. Есть эксперты, которые говорят, что выход из кризиса не состоится раньше, чем середина 2010 года. Кто-то говорит, что в конце текущего года уже будет "свет в конце тоннеля". Но никто не говорит, что этого света не будет никогда. Он все равно будет*» (Интервью японским СМИ).

При реализации тактики указания на перспективу в кризисной коммуникации важное место занимают лексемы успех/Erfolg и шанс/Chance, приобретающие положительную оценку, и, с другой стороны, лексема риск/Risiko с отрицательной оценкой.

В. Путин: «История дает России уникальный *шанс*. Развитие событий настоятельно требует от нас переустроить собственную экономику и модернизировать социальную сферу. И этот *шанс* упускать мы не намерены» (Давос, 2009).

А.Меркель: «Wir geben also Opel *eine Chance*... Wir wissen um die *Risiken*. Wir wissen, dass es *Chancen* gibt» (ВК, 2009).

Другой особенностью реализации тактики перспективы в кризисной коммуникации является стремление каждого политического лидера предложить новые подходы к реализации антикризисных программ. Лексема «новый» превращается практически в положительно заряженную идеологему кризисной коммуникации.

Так, и в немецком, и в российском политическом дискурсе активно используется обновленная «строительная» метафора: речь идет о «*новой* экономической архитектуре», «*новой* финансовой архитектуре». А.Меркель говорит о «*новой* социальной рыночной экономике», Д. Медведев предлагает «*новую* валюту», В.Путин развивает тему *нового*, многополярного мира.

В качестве разновидности аргументативной стратегии О.Н. Паршина называет агитационную стратегию, для реализации которой используются, по ее мнению, как аргументативные тактики, так и специфические тактики обещания, призыва и др. [Паршина 2008: 5]

В кризисной коммуникации важное место занимает **тактика обещания**. Политики дают обещание решить проблемы экономического кризиса.

В Германии кризис совпадает с подготовкой к выборам в бундестаг в сентябре 2009 г., поэтому предвыборные обещания и обещания вывода из кризиса практически совпадают.

Однако политики понимают, что вера избирателей в обещания политиков на фоне кризиса падает, и выбирают тактику «от противного», заявляя, что они не любят давать обещания. Так, министр финансов Германии, социал-демократ Пеер Штайнбрюк, отвечая в интервью газете «Берлинер Цайтунг» на вопрос о возможности снижения налогов в рамках предвыборного обещания социал-демократов, сказал, что он ничего не обещает, поэтому ему можно верить, ср.: «Die Zeiten fuer vollmuendige Steuerversprechen sind laengst vorbei. ... Ich sage immer: Ich *verspreche nichts*, also *glauben Sie mir*. Das kommt besser an, als Sie denken. *Ich werde das auch im Wahlkampf machen*». (BZ, 26.02.09)

Подводя итог, необходимо отметить, что речевое поведение политиков России и Германии в условиях кризиса имеет много общего. Основное отличие – широкое использование авторитарного поведения российскими политиками, что в целом не типично для политической коммуникации в Германии.

### **Литература**

1 .Богомолов В. Коммуникативные стратегии и тактики информирующей речи. URL: <http://www.ubedil.ru>.

2. Винокур Т.Г. Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения. М.: Наука, 1993.

3. Михальская А. О речевом поведении политиков // Независимая газета от 03.12.1999. URL: [http://www.ng.ru/ideas/1999-12-03/8\\_politics.html](http://www.ng.ru/ideas/1999-12-03/8_politics.html).



4. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004.
5. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации: учеб.пособие. Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000.
6. Кашкин В.Б. Основы теории коммуникации. 3-е издание. М.: АСТ: Восток – Запад, 2007. С. 125.
- Клюев Е. В. Речевая коммуникация: учебное пособие. М.: «Издательство ПРИОР», 1998. С. 11.
- Паршина О.Н. Российская политическая речь. Теория и практика. ЛКИ, 2007.
9. Паршина О.Н. Как нас убеждают: анализ стратегий и тактик в примерах. Психология и бизнес онлайн. // Психология и бизнес. 2008. URL: [www.psychology.ru/library/3022](http://www.psychology.ru/library/3022).
10. Почепцов Г. Теория коммуникации. М: Рефл-бук, Ваклер, 2001.
11. Черничкина Е. К. Лингвистические аспекты обучения коммуникативному поведению // Язык, коммуникация и социальная среда. Воронеж. Вып.5. 2007. С. 174-182.
12. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М.: ИТДГЛ «Гнозис», 2004.

Список источников фактического материала  
и принятых для них сокращений

1. Выступление Владимира Путина в Давосе. URL: <http://www.vz.ru/information/2009/1/29/251213.html> (Давос 2009)
2. Вести.Ru: Интервью Владимира Путина японским СМИ. 10 мая 2009. URL: [www.vesti.ru/doc.html](http://www.vesti.ru/doc.html).(интервью япон. СМИ)
3. Известия (Известия): 2008-2009
4. Комсомольская правда (КП): 2008-2009.
5. Немцов Б., Милов В. Путин и кризис // Грани.Ру. URL: <http://grani.ru/Economy/p.147764.html>.
6. Talk-Show “Angela Merkel bei Anne Will”, 22.03.09(Ane Will) / URL: [www.bundesregierung.de/...AnneWill/2009-03-22-anne-will-1.html](http://www.bundesregierung.de/...AnneWill/2009-03-22-anne-will-1.html).
7. Berliner Zeitung (BZ) 2009.
8. URL: [www.bundestkanzlerin.de](http://www.bundestkanzlerin.de) (БК 2009).
9. Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) 2008.
10. Frankfurter Rundschau (FR): 2008-2009.
11. ZEIT ONLINE 2008.

**В. Д. Шевченко**

*Самарский государственный университет*

О СОПОСТАВИТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЯХ

МЕЖДУ ДИСКУРСАМИ