

СТРАТЕГИЯ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ КАК СРЕДСТВО ВОЗДЕЙСТВИЯ БРИТАНСКОГО ПОЛИТИКА НА ПЕРЕГОВОРНУЮ ПОЗИЦИЮ

POSITIONING STRATEGY AS A MEANS TO INFLUENCE BRITISH POLICY IN NEGOTIATING POSITION

O. Petrukhina

Summary. The article is devoted to the attempt to comprehend the importance of the correct use of certain communicative strategies of British politics in the negotiation process. It is noted that positioning strategies in a certain way allow not only to understand the tactics of the opposite side, but also to determine for what purpose the interlocutor is affected and how to respond effectively to it. The article analyzes such methods of influence as appeal to value categories and expression of the author's initiative of joint action with the addressee. The author comes to the conclusion that the use of political metaphors by the British politician affects, first of all, the feelings of the addressee bypassing the requirements of the laws of logic.

Keywords: strategy, institutional discourse, positioning, argumentation, appeal, value categories, genre.

Петрухина Оксана Петровна

*К. филол. н., Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова
Petrukhina1@yandex.ru*

Аннотация. Статья посвящена попытке осмысления важности правильного использования определенных коммуникативных стратегий британского политика в процессе ведения переговоров. Отмечается, что стратегии позиционирования определенным образом позволяют не только понимать тактические приемы противоположной стороны, но и определить, с какой целью на собеседника оказывается воздействие и как эффективно реагировать на него. В статье дан анализ таких приемов воздействия как апелляция к ценностным категориям и выражение авторской инициативы совместного действия с адресатом. Автор приходит к выводу, что использование британским политиком политических метафор воздействует, прежде всего, на чувства адресата в обход требований, предъявляемых законам логики.

Ключевые слова: стратегия, институциональный дискурс, позиционирование, аргументация, апелляция, ценностные категории, жанр.

Целью данной статьи является рассмотрение основных коммуникативных стратегий, применяемых на практике в ходе проведения переговорного дискурса. Любой политик будет использовать заранее продуманную стратегию, и планировать четкую организацию публичных выступлений. В современной лингвистике существуют различные классификации и названия стратегий и тактик. Интерпретации понятия «стратегия» могут варьироваться в зависимости от того, какой подход применяется ученым в исследовании дискурса: текстовый, психологический, риторический, когнитивный или прагмалингвистический [11].

Стратегия интерпретируется исследователями по-разному. Одни определяют стратегию как «содержательный элемент текста» [7, с. 199; 200] или как система выстроенных «по принципу иерархии компонентов» [1, с. 9]; другие — «совокупность процедур над моделями мира участников ситуации общения» [4, с. 7] или «общий план, или «вектор», речевого поведения» [9, с. 6]. Стратегия — это некоторая инвариантная схема, которая состоит из одного или нескольких действий, направленных на преодоление некоторой проблемной ситуации [9]. Стратегия является целенаправленной, интерактивной и реализуется посредством набора необходимых для достижения определенной цели речевых тактик, а также реализующих речевые тактики коммуникативных ходов или приемов.

Под коммуникативной стратегией понимается комплекс речевых действий, которые направлены на достижение коммуникативной цели». Данный комплекс «включает в себя планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана» [4, с. 54]. Можно отметить, что данный процесс является планом оптимальной реализации коммуникативных намерений реципиентов, учитывающий как объективные, так и субъективные условия, и факторы, при которых протекает сам акт коммуникации и которые обуславливают внешнюю и внутреннюю структуру текста.

Соответственно, коммуникативная стратегия — это цель, которая определяет конечный пункт вербального поведения говорящего и наблюдателя в конкретной ситуации. Она является вектором движения этой цели. Таким образом, определяется следующая последовательность действий:

Следует уточнить, что перлокутивная интенция у говорящего выражается в том, чтобы произвести желаемые изменения в когнитивных структурах адресата, в его иерархии ценностей и системе оценок с одной стороны. С другой стороны — изменить поведение адресата так, чтобы оно соответствовало желаниям говорящего. В дискурсе переговоров Т. Блэра мы можем только пред-

Схема 1



положить, что политик может добиться такого эффекта путем воздействия на логический аспект мышления слушателей и воздействия на эмоции адресата.

Позиционирование представляет собой определенный подход к коммуникациям, а точнее — к формированию определенного образа в сознании общественности. Сам термин «позиционирование» широко используется не только в маркетинге, но и в политической деятельности. Американские маркетологи Эл Райс и Джек Траут трактуют данную категорию следующим образом: «позиционирование не есть то, что производитель делает со своим товаром. Позиционирование — это операция на сознании потенциальных покупателей. То есть вы позиционируете продукт в умах своих клиентов» [8, с. 12].

Леонов В.В. считает, что позиционирование следует рассматривать как наделенный определенными характеристиками виртуальный образ и, соответственно, для достижения высокого уровня позиционирования требуется демонстрация качественного отличия предмета информационного продвижения от конкурентов. В данном случае, также, важно не выйти за рамки ценностных ориентаций целевой аудитории [6].

Применимо к политике, можно сказать, что позиционирование политика — это создание определенного образа в умах слушателей. Поэтому большинство экономических категорий связанных с понятием позиционирования легко адаптируются в политическом контексте.

Жанр переговоров, несомненно, является прототипом в сфере институционального дискурса профессионального политика и дипломата. Как отмечает В.И. Карасик, выделение персонального и институционального дискурса — всего лишь исследовательский приём, отражающий специфику поля взаимодействия, его участников и знаковые особенности текста, так как в реальности мы редко сталкиваемся с абсолютно обезличенным дискурсом. «Для каждого вида институционального дискурса характерна своя мера соотношения между статусным и личностным компонентами» [5, с. 11].

Институциональность жанра переговоров объясняется тем, что главным признаком является принадлеж-

ность всех участников переговоров к определённому социальному институту — правительству, организации и т.д.

«С точки зрения когнитивного подхода сущность процесса переговоров состоит в двусторонней передаче знаний, которая приводит, по крайней мере, к частичному согласованию моделей мира и достижению консенсуса» [2, с. 32]. В переговорах происходит конкретное взаимодействие конкретных участников дискурса, где стратегии воздействия играют очень важную роль для участников.

Проанализировав корпус примеров выступлений британского политика Тони Блэра, мы пришли к выводу, что особенностью бывшего премьер-министра как языковой личности в данном жанре является стратегия позиционирования, использующая комплекс средств воздействия (аргументирование, манипулирование) на переговорную позицию противоположной стороны.

Обратимся к фрагменту переговоров Тони Блэра и посла Сирии И. Мустафы по сохранению мира на Ближнем Востоке:

TONY BLAIR: A major part of the answer to Iraq lies not in Iraq itself but outside it, in the whole of the region where the roots of global terrorism are to be found, where the extremism flourishes.

IMAD MOUSTAPHA (Syria's Ambassador to the US): We have played a constructive role in the past. Syria has invited Israel time and again to reengage in a peace process. [14].

ТОНИ БЛЭР: Большая часть ответа будущего Ирака лежит не в самом Ираке, а за его пределами, во всем регионе, где находятся корни глобального терроризма и где процветает экстремизм.

ИМАД МУСТАФА (Посол Сирии в США): В прошлом мы играли конструктивную роль. Сирия неоднократно приглашала Израиль возобновить мирный процесс.

Участниками переговоров являются официальные представители заинтересованных сторон. Между чле-

нами сообщества существуют особые условия коммуникации, и Т. Блэр рассматривает конкретные события, являющиеся значимыми для Великобритании и США. Это речь, отражающая суть его политической идеологии (сотрудничество стран Европы, но в первую очередь, Великобритании с США) и конкретные предложения по ведению политики в мире (установление демократического правительства в Ираке).

Языковая деятельность премьер-министра направлена на изменение существующего положения на Ближнем Востоке в соответствии с данными ему полномочиями. Он считает, что основная стратегия ведения внешней политики — это борьба с глобальным терроризмом, который очевиден в Ираке. Т. Блэр говорит, что необходимо начинать эту борьбу с Израилем и Палестины, так как именно там сосредоточено ядро экстремизма ("Israel and Palestine is the score"). Посол Сирии соглашается с утверждением главы правительства, подтверждая, что Сирия уже вела переговоры с Израилем по вопросу установления мира.

Британский политик в данном выступлении использует метафоры: *the roots of global terrorism, the extremism flourishes*. Исследователи сходятся во мнении о том, что политические метафоры являются значительным инструментом манипуляции общественным сознанием [13]. Они стимулируют «способность человека к эмоциональному мышлению» [10, с. 28], являются иррациональными, а соответственно, более действенными в дискурсе Т. Блэра. Такой способ аргументации относится скорее к способам внушения, чем убеждениям, так как воздействует, прежде всего, на чувства адресата в обход требований, предъявляемых законам логики. Это эффективное средство воздействия на адресата, заключение дискурса в так называемую «метафорическую рамку» считается разновидностью манипуляции, часто встречающаяся в других жанрах Т. Блэра.

В таком жанре, как переговоры основным приёмом Тони Блэра является обеспечение осознания проблемной ситуации и выявление альтернатив её разрешения:

ТОНИ БЛЭР: *The only British foreign policy that could work is one based on strong alliances. (1) For that reason our partnership with America and our membership of the EU are precisely suited to Britain. For that reason anti-Americanism or euro-skepticism are not merely foolish, they are the surest route to the destruction of our true national interest.*

ИМАД МУСТАФА: *In one way or another, Syria wants to become a part of the solution to the problem. We are willing to engage and we can help — I'm not claiming we have the magical wand — we can play a constructive role. ... the*

price should be very clear — we want a comprehensive, fair and honorable Middle East settlement [14].

TONY BLAIR: Единственная британская внешняя политика, которая может сработать, основана на сильных союзах. По этой причине наше партнерство с Америкой и наше членство в ЕС как раз подходят для Великобритании. По этой причине, антиамериканизм или евроскептицизм — это не просто глупость, это самый верный путь к уничтожению наших истинных национальных интересов.

IMAD MOUSTAPHA: Так или иначе, Сирия хочет стать частью решения проблемы. Мы готовы участвовать, и мы можем помочь — я не утверждаю, что у нас есть волшебная палочка — мы можем играть конструктивную роль. ... цена должна быть предельно ясной — мы хотим всеобъемлющего, справедливого и достойного ближневосточного урегулирования.

В своем выступлении британский политик использует стратегию позиционирования, представленную тактикой признания авторитета Британии, для того чтобы всему миру заявить от имени британского народа о необходимости в сотрудничестве с Америкой, единственно возможного на земле. Премьер-министр убежден в необходимости данного сотрудничества в борьбе с терроризмом и экстремизмом. Иллокутивная сила пропозиции (1) заключается в том, что он верит в то, что партнерство с Америкой является единственно правильным решением в ведении политики. В данном отрывке анализируется позиция Т. Блэра по отношению к адресатам в аспекте спецификации используемой им стратегии. Это аргументативная стратегия, включающая в себя тактику единения. Одним из приёмов является выражение авторской инициативы совместного действия с адресатом: употребление личного местоимений *we, our*, которые имеют в контекстах различное смысловое наполнение:

- ◆ «политик» + «народ, Британия», «политик» + «правительство Великобритании». Эксклюзивное «our» рассматривается в дискурсе Т. Блэра от лица правительства Великобритании — *"for that reason our partnership with America and our membership of the EU are precisely suited to Britain"*.
- ◆ «политик» + «политики-союзники». Адресат-союзник в речах главы правительства эксплицитен: Т. Блэр считает основным союзником США в ведении внешней политики и урегулировании политических действий в странах мира.

Т. Блэр, говоря о роли Британской внешней политики, эксплицитно указывает степень уверенности с помощью модального оператора *could*. Иллокутивная сила сигнализируется данным модальным глаголом, который в своем эпистемическом значении выражает вероятность того,

что Британия сможет стать главным инструментом в урегулировании политических действий в Ираке.

Использовавшийся в данном отрывке прием лексического повтора способствует внушениюдвигаемых утверждений и автоматизирует их восприятие. Повтор лексической единицы «for that reason» позволяет оратору закрепить в сознании аудитории мысль о сотрудничестве и идею о готовности американцев взять на себя глобальную миссию по восстановлению порядка во всем мире. Стратегия позиционирования и тактика использования лексического повтора используется Т. Блэром для того, чтобы развеять сомнения аудитории в аргументированности заявлений политика.

С внешней стороны, дипломатическое речевое поведение участников кооперативно [3]. Однако за «внешней благопристойностью» и абстрактностью обсуждаемой проблемы — терроризм, — стоит «конфликт переговорных позиций сторон» [2, с. 31]. В данном примере нет точек соприкосновения. Каждый из переговорщиков говорит только о своей роли ведения внешней политики: Т. Блэр ведёт борьбу с антиамериканизмом и евро-скептицизмом, а посол ставит перед собой цель установить всесторонне развитое, честное и достойное соседство на Ближнем Востоке.

Переговорную позицию двух сторон характеризует апелляция к ценностным категориям. Т. Блэр ар-

гументирует такими ценностями, как «национальные интересы», «безопасность». Дистрибуция данных лексем в высказываниях позволяет доказать, что перед нами *argumentum ad populum* [12]. Это означает, что политик играет на эмоциях собеседника, управляя им в том направлении, которое представляется ему наиболее выгодным. Сфера чувств является очень важным объектом для манипуляции. Цель данных иллюкативных актов — вызвать эмоциональную реакцию. Так, используя лексику с положительной коннотацией: *our partnership, true national interest* Т. Блэр вызывает у слушателя положительные эмоции: уверенность и смелость. Политик внушает мысль о том, что Британия обеспокоена судьбой всего человечества и принесет свободу всем странам. При этом он вызывает к чувству солидарности и сотрудничеству других стран.

В результате анализа приведённого выше фрагмента дискурса переговоров приходим к следующему заключению:

- ◆ глава Кабинета использует такие коммуникативные стратегии, как выявление проблемных вопросов и позиционирование;
- ◆ апелляция к ценностным категориям и аргументированность заявлений британского политика, а также использование метафор для убеждения реципиента оказываются весьма успешной стратегией в дискурсе Тони Блэра.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аникин Е. Е. Стратегия сопоставления в российской и американской рекламе: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тюмень, 2008.
2. Баранов А. Н. Что нас убеждает? (Речевое воздействие и общественное сознание). М.: Знание, 1990. 64 с.
3. Грайс Г. П. Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1985. Вып. 16. С. 217–250.
4. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 2-е, стереотипное. М.: Едиториал УРСС, 2002. 284 с.
5. Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5–20.
6. Леонов В. В. Качество информационного воздействия. К.: Ирпень: Перун, 2011. 368 с.
7. Методология исследований политического дискурса. Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов. Вып. 2. Сост. и общ. ред. Ухвановой-Шмыговой, Минск.: БГУ, 2001. 479 с.
8. Райс Э., Траут Дж. Позиционирование. Битва за узнаваемость. СПб: Питер, 2001. 256 с.
9. Сковородников А. П. О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистика фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии. Риторика-Лингвистика: сб. статей. Смоленск: СГПУ, 2004. Вып. 5. С. 5–10.
10. Хахалова С. А. Метафора в аспектах языка, мышления и культуры. Иркутск: Изд-во ИГЛУ, 1998. 248 с.
11. Шейгал Е. И., Иванова, Ю. М. Предвыборные теледебаты как жанр стратегической коммуникации // *Respectus Philologicus* № 5 (10). Вильнюс, 2004. С. 29–41.
12. Eemeren F. H. van. *Argumentation, Communication and Fallacies: A Pragma-Dialectical Perspective* / F. H. van Eemeren, R. Grootendorst. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Publishers, 1992. 236 p.
13. Lakoff G. *Metaphors We Live By*. Chicago: University Chicago Press, 1980. 242 p.
14. Blair T. Use Iran and Syria for peace. *Czech Republic News* [Electronic resource]: <http://www.spa-in-czechrepublic.com/article-231815-en.html>. 2006 (дата обращения 15.01.2018).

© Петрухина Оксана Петровна (Petrukhina1@yandex.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»