

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ PR-СООБЩЕНИЯ С ПОМОЩЬЮ ИНТЕНТ-АНАЛИЗА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

Конев Георгий Олегович

Северный (Арктический) федеральный университет
имени М.В. Ломоносова, (г. Архангельск)
george367konev@yandex.ru

EVALUATING THE EFFECTIVENESS OF A PR MESSAGE USING AN INTENT ANALYSIS OF FEEDBACK

G. Konev

Summary: The article is devoted to evaluating the effectiveness of the PR text in the pre-election discourse by analyzing the intentions of the recipients of PR messages. The research material was the texts of the communicative discourse within the framework of V.V. Putin's election campaign in the presidential elections of the Russian Federation in 2024. In the course of this work, the analysis of communicative strategies of tactics of speech influence and linguistic means of their implementation in the texts of the genre «Internet commentary».

Keywords: speech impact, speech strategy, speech tactics, communicative discourse, election discourse, PR text.

Аннотация: Статья посвящена оценке эффективности PR-текста в предвыборном дискурсе посредством анализа интенций получателей PR-сообщений. Материалом исследования послужили тексты комментативного дискурса в рамках избирательной кампании В.В. Путина на выборах Президента РФ 2024 года. В ходе работы был проведен анализ коммуникативных стратегий и тактик речевого воздействия и лингвистических средств их реализации в текстах жанра «Интернет-комментарий».

Ключевые слова: речевое воздействие, речевая стратегия, речевая тактика, комментативный дискурс, предвыборный дискурс, PR-текст.

Одной из масштабнейших PR-кампаний в 2024 году была кампания В.В. Путина в ходе выборов Президента России. Характерная черта данных выборов заключалась в участии кандидата-инкубента, претендующего на уверенную победу.

Успех избирательной кампании обеспечивается в значительной степени эффективностью PR-сообщений, издаваемых технологической группой кандидата. Вместе с тем с развитием технологий политического PR всё больший интерес вызывает проблема оценки эффективности воздействия PR-текста на избирателя.

Согласно взглядам И.А. Стернина, об эффективности коммуникации говорит достижение говорящим своих целей [1]. При этом, как отмечает исследователь А.Д. Кривоносов, PR-текст служит цели «формирования или приращения публичного капитала базисного субъекта PR» [2, с. 54]. Если же говорить о предвыборном дискурсе, то здесь коммуникативной целью говорящего является воздействие на избирателя для убеждения его в необходимости отдать голос за кандидата на выборную должность.

Обеспечить эффективность коммуникации для достижения её цели помогает выбор наиболее подходящих методов вербального воздействия на личность в определённой ситуации общения [1]. Выявить такие методы позволяет теория речевого воздействия (РВ).

Наиболее чёткое определение речевого воздействия

даёт О.С. Иссерс, понимая его как «...речевое общение, взятое в аспекте его целенаправленности, мотивационной обусловленности» [3, с. 21]. Реализация речевого воздействия связана с применением соответствующей стратегии. Речевая стратегия — это «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [3, с. 54]. Одно или несколько действий, реализующих стратегию, определяются как речевая тактика [3].

Выявить коммуникативные стратегии и тактики говорящего позволяет метод интент-анализа — теоретико-экспериментальный подход к изучению интенций, позволяющий выявить стоящие за речью интенции коммуникантов и их влияние на организацию дискурса [4].

Вместе с тем степень достижения цели PR-сообщения определяется, как правило, с помощью изучения характера обратной связи от получателей текста. Следовательно, для оценки эффективности PR-текста представляется интересным определить интенции высказываний адресатов PR-сообщений, воплощаемые в реакциях на ключевые месседжи базисного субъекта.

Одним из способов получения обратной связи является аккумуляция интернет-комментариев. Комментарии пользователей, как правило, являются полноценными оценочными высказываниями. При этом субъектом оценки выступает комментатор, а объектом может быть лицо, о котором говорится в тексте, его высказывание, а также поведение других пользователей и подача мате-

риала в самой публикации [5]. В данном исследовании нас прежде всего интересует оценка высказываний Президента России В. В. Путина, а также оценка его личности.

Нами был проведён интент-анализ текстов жанра «интернет-комментарий», оставленных пользователями к пяти материалам сетевого издания «Е1. РУ Екатеринбург Онлайн». Чтобы оценить реакцию аудитории на ключевые PR-тексты избирательной кампании В.В. Путина, нами были выбраны материалы со следующими заголовками:

«Путин больше двух часов выступал с посланием Федеральному собранию: пересказываем коротко речь президента» [6];

«Путин дал интервью журналисту из США. Главное про СВО, Украину и экономику» [7];

«Путин объяснил, почему важны многодетные семьи», — о встрече с участниками семейных конкурсов [8];

«Семьи бойцов СВО освободят от имущественного налога: о чем говорил Путин на встрече со студентами», — о встрече со студентами-участниками СВО [9];

«Президент побывал в Нижнем Тагиле (точнее, в Путинограде). Что он там сделал — в одном тексте», — о встрече с работниками «Уралвагонзавода» [10].

Анализ интернет-комментариев позволил выявить некоторые особенности перлокутивного эффекта в его социокультурном аспекте, а также спектр тактик, репрезентирующих конфронтационную и кооперативную стратегии в данных текстах.

В ходе работы было проанализировано 583 комментария, из которых 48 текстов были направлены на кооперацию с цитируемым В. Путиным, а 175 были направлены на конфронтацию. Остальные 360 комментариев являлись не реакцией на слова В. Путина, а ответом на комментарий другого пользователя.

Рассмотрим подробнее, как реализовывались **кооперативные стратегии** в интернет-комментариях пользователей.

С помощью **выражения согласия**, которое может подкрепляться некоторыми утверждениями, многие пользователи поддерживают президента: «Мне кажется, многодетная семья **это действительно** настоящий подарок в жизни, тем более наше государство пытается поддержать с финансовой стороны», (о встрече с семьями); «В многодетных семьях и люди вырастают абсолютно другие, более ответственные без эгоизма и избалованности», (о встрече с семьями); «Поддерживаю, нужно таким семьям как можно больше сделать поддержки, им и так сейчас не легко», (о встрече со студентами).

К выражению согласия также может присоединяться **манипулятивная аргументация**, например **апелляция к здравому смыслу**: «По-моему **любой человек,**

который даже не читает особо новости про СВО, **знает, что** оружие поставляет Украине именно Америка. Проще всего им этого не делать, и тогда всё закончится **Путин в этом прав**», (об интервью Т. Карлсону).

Вместе с тем выражение согласие может функционировать во взаимодействии с **выражением одобрения** с помощью оценочной лексики: «*Частично посмотрела интервью. **Понравилось. Всё все чётко, понятно, по делу. Не пустая болтовня, а слова, подтвержденные фактами** и ссылками на документы, что не может не вызывать **уважения...***», (об интервью Т. Карлсону).

Также пользователи используют одну из характерных для комментативного дискурса **тактику одобрения**: «*Для семей которые находятся на СВО много поддержки от государства, **это очень радует**, что их не оставляют одних*», (о встрече со студентами); «*Все таки журналист прилетел **не зря**, президент согласился дать интервью*», (об интервью Т. Карлсону); «***Так прикольно же**, что интервью в итоге удалось, не каждый смог бы такого добиться*», (об интервью Т. Карлсону).

В комментариях к материалу об интервью Т. Карлсону пользователи часто отмечали положительные качества президента с помощью **тактики признания**: «*смотрел на одном дыхании*»; «*Путин наш президент*»; «*Путин-один из немногих руководителей имеющих **огромный политический опыт**. Его уже сладким пряником **не обманешь. Он реально отстаивает интересы страны** на международной арене...*»; «*Путин всегда говорит всё **подробно, доходчиво**, что любой человек, даже который не имеет отношения к политике, может всё понять*».

Направленность на кооперацию может быть также выражена **тактикой развития темы** с включением собственных месседжей, не противоречащих позиции коммуниканта В. Путина: «*Для того, **чтобы лучше поддерживать многодетных**, нужно установить налог для бездетных (чалдфри). Это также будет их стимулировать заводить детей*», (о встрече с семьями); «*Людей даже не пугают репрессии нацистов. Херсонцы продолжают борьбу за освобождение...*», (о встрече с работниками «Уралвагонзавода»); «*Интересно, вложил он в папку выдержки из протоколов бесед с клинтоном, бушем и кандолинкой? Такер – порядочный журналист, профессионал, щас будет добиваться интервью у них, не оставит так просто...*» (об интервью Т. Карлсону).

Развитие темы может осуществляться посредством **моделирования общих пресуппозиций**: «*Ранее Москва пообещала зеркально ответить на использование Штатами российских активов для „помощи Украине“...*», (о встрече со студентами).

В комментативном дискурсе интернет-пользователей также находят отражение **концепты ценностей и анти-**

ценностей, их вербализация служит кооперации с президентом: «Уважаю Президента и горжусь им. Он доведет спецоперацию против **нечисти нацистской** до конца!»

Комментаторы нередко прибегают к тактике **отвода критики** от президента, как, например, в комментариях к новости о визите В. Путина на «Уралвагонзавод»: «**У вас одно только на уме**, что снег вычистили. **Хотя** это стандартная процедура уборки, которая проходит ежедневно, **просто** перед приездом президента **немного** больше постарались», (о встрече с работниками «Уралвагонзавода»); «ООН не может определить, находились ли на борту упавшего 24 января в Белгородской области российского транспортного самолета Ил-76 украинские военнопленные», (о встрече с работниками «Уралвагонзавода»).

Отвод критики также может осуществляться с помощью **демобилизации общественного мнения**: «Многое может измениться, **не всегда идёт все так как мы хотим** в том числе и у президента», (о встрече со студентами);

На отвод критики могут работать средства дискредитации, такие как лексика с негативной коннотацией: «Пока Володю нашего на минских **водили за нос**, один кендец с **высоких трибун** поставил Россию в ряд угроз и изменил доктрину. Но **либералы** уже этого не помнят, а **ципота** и тогда кружева отработывала и никакими СВО еще не пахло», (об интервью Т. Карлсону); «Все правильно. **С какой стати** мы должны **прогибаться** под США? **Продаться**, как Украина, за обещания сладкой жизни? И где они сейчас?», (об интервью Т. Карлсону);

Акцентирование положительной информации также способствует выражению поддержки В.В. Путина как вспомогательный коммуникативный ход в прочих тактиках, таких как отвод критики и одобрение: «Путин сам лично контролирует весь процесс работ на заводе «Уралвагонзавод» **потому что** он очень **важен** в наше время. И там изобретают **лучшую** военную технику», (о встрече с работниками «Уралвагонзавода»); «Раз освободят, то хорошо, для семей **много льгот сейчас предусмотрено**, чьи мужья и сыновья на сво», (о встрече со студентами).

Рассмотрим также подробнее, с помощью каких тактик и средств репрезентировались **интенции на конфронтацию** с цитируемым президентом в интернет-комментариях пользователей.

Конфронтационные стратегии реализуется с помощью, например, **выражения несогласия**: «Так сделай жизнь многодетных привлекательной. У тебя все возможности для этого», (о встрече с семьями).

Выразить несогласие пользователям зачастую помогает утверждение некоторых противоположных смыслов и идей: «есть дети - есть проблемы...», (о встрече с семьями); «И в чем новость для основной масс людей, в том, что

добавилось нахлебников???»), (о встрече со студентами).

Интенции на конфронтацию реализуются в выражении несогласия в большом объёме за счёт манипулятивной аргументации. К примеру, для комментирования публикации о том, что В. Путин назвал многодетные семьи опорой России, коммуниканты использовали апелляцию к здравому смыслу: «Адекватные пары вообще рожать не будут в данной ситуации», — а также апелляцию к **личному опыту**: «знал три семьи многодетных, все их дети скололись или из тюрем не вылазили»; «...у меня соседи по саду 4-го завели когда старшей 18 исполнилось, как приедут на выходные на 5 машинах с детьми, так и воспитывают традиционные ценности под орущую музыку матом круглосуточно, у них на участке даже дома нет, баня только...»

В рамках манипулятивной аргументации может работать весь спектр возможных коммуникативных ходов, например, **селекция фактов** (совмещено с насмешкой): «США решили вернуть ядерное оружие в Великобританию на фоне возросшей угрозы со стороны России, пишет The Telegraph со ссылкой на документы Пентагона. <...> Чего добился, стратег?», (о встрече со студентами).

Аналогию как ещё один манипулятивный приём можно увидеть в данном примере: «Каким был бы ответ если бы австрийский художник американцам предлагал такое в декабре 1941-го?», (об интервью Т. Карлсону).

Также распространённым приёмом манипулятивной аргументации является **обобщение**: «Россияне не могут быть многодетными, исключения единицы. **Мы все** в льготных ипотеках, после которых остается на скромную жизнь...», (о встрече с семьями).

Некоторые пользователи ввиду собственных пресуппозиций вступают в конфронтацию с высказываниями В. Путина с помощью тактики **развития темы**: «**Чтобы** была высокая рождаемость **надо** деревни возрождать, а не мегаполисы муравейники», (о встрече с семьями); «Кто в теме, тот знает, что США всячески противились прихода к власти нацистов в Германии, им надо было большевизм насадить, поэтому Фюрер 14 лет сражался за власть. А вот все заводы в СССР были как правило построены на деньги США», (о встрече с семьями); «Эти долги по кредитам прощает банк. Банк может взять только у своих клиентов и вкладчиков, либо получить компенсацию из бюджета - то есть из наших налогов, пенсий и расходов на здравоохранение», (о встрече со студентами).

Нежелание кооперироваться с говорящим также может быть выражено **в юморе**: «Не учите меня жить, лучше помогите материально!», (о встрече с семьями); «Роди мне тысячу детей!... ~», (о встрече с семьями).

Пользователи нередко **упрекают** говорящего в несо-

ответствии некоторым нормам: «Легко раздавать льготы холуям, когда сам не платишь!!!», (о встрече со студентами); «Также президент назвал „полной дурью“ Это у него такой лексикон?», (об интервью Т. Карлсону).

Упрёк также может быть выражен с помощью **намёка**, например: «Хороший костюм на ВВП от итальянского дома моды Brioni», — который в свою очередь работает на реализацию стратегии недоверия.

Важную роль в репрезентации интенции на конфронтацию играет **стратегия выражения недоверия**, которая, как правило, обусловлена некими пресуппозициями пользователей о личности президента, о политической системе в России и прочем, что может выражаться прежде всего **оценочными лексемами** без обсуждения каких-либо определённых высказываний В. Путина: «**вранье**»; «Вспомнил перед выборами. Его **болтовню** противно слушать»; «**одна и та же пластинка**, затертая до дыр»; «Как **надоел** уже этот **бред**»; «**Это бред** даже читать невозможно...»; «**такое заставить слушать можно только по приговору суда**».

Недоверие к высказываниям В. Путина также транслируется пользователями с помощью **критики**: «Что еще надо сделать? — Наверное, ничего, — сказал честный рабочий. ☹️ **финиш**», (о встрече с работниками «Уралвагонзавода»); «Историк не знает, что у Христа детей не было?», (о встрече с работниками «Уралвагонзавода»).

Критика может также использовать приём **указания на проблему**: «на какие деньги их содержать и рожать, и где жить всем?», (о встрече с семьями).

Стратегия недоверия также активно реализуется пользователями благодаря **средствам иронической модальности**, например, на разъяснения В. Путина о причинах начала СВО в интервью Т. Карлсону комментаторы часто реагировали **насмешкой**: «Карлсон залетел и ждёт малыша», «АААААААААААААА Звучит как оправдания пойманного за руку и наложившего от страха в штаны школяра 😂😂😂😂»; «Не смотрел интервью. Он показал, откуда готовилось нападение?»; «Ждём продолжения легендарного мультика „Старик и Карлсон“ 😂»;

Также в рамках недоверия пользователями используется **ирония**: «Теперь то мы знаем для чего они ему нужны», (о встрече с семьями); «Надо официально зафиксировать изменения: Тагил теперь называется Путинград. И пусть нам вся страна завидует: область будет Путинградская!!! 😂😂😂», (о встрече с работниками «Уралвагонзавода»).

Для усиления конфронтационной направленности также используется более агональная тактика **издёвки**:

«Верните вертолетные деньги!», (о встрече с семьями); «Один из рабочих уже пиксельную форму под рабочку надел. Наверное, чтобы показать, что готов хоть сейчас в окопы», (о встрече с работниками «Уралвагонзавода»); «Честный рабочий сказал, что улучшать в Тагиле ничего не надо, а рабочая сказала, что у них Путинград. Удивительная честность и храбрость», (о встрече с работниками «Уралвагонзавода»).

Наиболее явным проявлением иронической модальности является **сарказм**: «Ай молорики рабочие, ай молорики! Это надо же: Ничего. Ай молодцы», (о встрече с работниками «Уралвагонзавода»); «Да уж, совершенно неожиданные заявления. Отважный западный журналист не побоялся сорвать покровы...», (об интервью Т. Карлсону); «Нравится мне Володька, ну молодец, это надо делать так... Ой молодец! Поделом вам всем!», (о встрече с работниками «Уралвагонзавода»).

Недоверие президенту интернет-комментатор может транслировать через разоблачение с помощью **тактики компрометации**, когда логику высказываний и действий В. Путина объясняют сторонними причинами: «Семьи с ограниченными возможностями – опора не России, а власти в России», (о встрече с семьями); «Много солдат, много налогоплательщиков, понятно», (о встрече с семьями); «Учитывая предстоящие выборы, вполне грамотный ход Путина: дать интервью этому Карлсону. Грамотный, но не совсем понятный. Зачем? Учитывая, что он убрал со своей дороги всех реальных своих конкурентов. <...> Тогда к чему эта клоунада? <...> Ведь многим понятно, что Карлсону заплатили... <...> Снова дедушка затеял что-то...», (об интервью Т. Карлсону).

Тактика компрометации в рамках стратегии недоверия также нередко усиливается с помощью издёвки и выражает пресуппозиции пользователей, связанные с конспирологическими теориями, например: «Перед нами говорливая голограмма, закулисный симулякр! Оригинал попросился в мировую элиту, ему указали на дверь! Взбрыкнул, после чего и угодил в холодильник! Теперь его дружбаны ума не приложат, как установить прежний статус кво!»

Также недоверие может проявляться в **скептицизме**, например, многие выразили сомнения о том, являются ли участники встречи на «Уралвагонзаводе» настоящими рабочими: «Почему нет белых рубашек и галстуков у рабочих, которые в новеньких спецовках с танка прыгнули?»; «А где рабочих увидели?! Сплошные подставные люди...»; «Странно такой большой цех и только 4 чела в танке ковыряются, а остальных не видно. Видимо тоже некомплект, вчетвером днем и ночью работают. Срочно мужикам героев России», — в последнем совмещено с издёвкой.

В 360 комментариях, которые являлись не реакцией на слова В. Путина, а ответом на комментарий другого пользователя, использовались в наибольшем объёме

стратегия дискредитации с помощью различных вышеописанных средств, а также тактика отвода критики.

Анализ восприятия речи В. Путина адресатом с помощью интент-анализа комментативного дискурса показал, что в 48 комментариях пользователей, направленных на кооперацию с В. Путиным, чаще репрезентировалось выражение согласия, а также приёмами манипулятивной аргументации.

Можно утверждать, что наибольшее количество высказываний пользователей с интенцией на кооперацию являются перлокутивным эффектом на экспликацию в речь В. Путина ценностной доминанты аудитории, а именно концепта «семья».

Направленность на конфронтацию в 175 интернет-комментариях реализовывалась чаще всего с помощью стратегии выражения недоверия, реализуемой с помощью различных средств иронической модальности.

Наибольшая доля высказываний, транслирующих коммуникативную конфронтацию, фиксируется в комментариях к материалу о тезисах В. Путина в ходе интервью Т. Карлсону. Данную особенность можно объяснить наибольшей дискуссионностью поднимаемых вопросов,

а также повышенным к интервью вниманием.

О предпочтении пользователями стратегии выражения недоверия можно сказать, что большинством комментаторов текст воспринимается негативно без учёта характера содержащихся в материале высказываний базисного субъекта. Следовательно, интенция на конфронтацию обусловлена определёнными пресуппозициями, а не вызвана какими-либо коммуникативными ошибками, совершёнными В. Путиным. Вопрос о происхождении пресуппозиций, обуславливающих негативное восприятие текста адресатом, представляется интересным для дальнейшего изучения. Проработка данной проблемы возможна с помощью более глубоких методов анализа обратной связи, что впоследствии позволит обеспечить увеличение эффективности речевого воздействия в PR-коммуникациях.

Таким образом, анализ коммуникативных стратегий и тактик с точки зрения потребителя текста позволил выявить, что использование В. Путиным лексем, репрезентирующих концепты ценностей адресата, обеспечивает эффективность коммуникации. Отсутствие реакции интернет-пользователей на какие-либо определённые коммуникативные ошибки говорящего даёт основание полагать об их отсутствии, что характеризует В. Путина как политика с высоким уровнем риторической грамотности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие [Текст] / И.А. Стернин. – Москва: Российская государственная библиотека, 2001. – 252 с.
2. Кривоносов А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций [Текст]: монография / А. Д. Кривоносов. – 2. изд., доп. – СПб.: Петербург. востоковедение, 2002. – 279 с.
3. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи [Текст] / О.С. Иссерс. – Изд. 7-е изд. – Москва: ЛЕНАНД, 2015. – 299 с.
4. Слово в действии: интент-анализ политического дискурса [Текст] / Т.Н. Ушакова, Н.Д. Павлова, В.В. Латынов [и др.]. – Москва: Издательство Алетейя, 2000. – 320 с.
5. Имбер С.Ю. Оценочность комментариев в социальной сети: на примере новостного сообщества Spiegel Online на «Facebook» [Электронный ресурс] / С.Ю. Имбер // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2020. № 13 (842). – С. 48–56 - Электрон. текстовые дан. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenochnost-kommentariiev-v-sotsialnoy-seti-na-primere-novostnogo-soobschestva-spiegel-online-na-facebook> (дата обращения: 20.02.2024).
6. Путин больше двух часов выступал с посланием Федеральному собранию: пересказываем коротко речь президента [Электронный ресурс] // E1. РУ Екатеринбург Онлайн: [официальный сайт] / Сетевое издание «E1. РУ Екатеринбург Онлайн», [2024]. – Электрон. дан. URL: <https://www.e1.ru/text/politics/2024/02/29/73283471/> (дата обращения: 01.05.2024).
7. Путин дал интервью журналисту из США. Главное про СВО, Украину и экономику [Электронный ресурс] // E1. РУ Екатеринбург Онлайн: [официальный сайт] / Сетевое издание «E1. РУ Екатеринбург Онлайн», [2024]. – Электрон. дан. URL: <https://www.e1.ru/text/politics/2024/02/09/73210133/> (дата обращения: 01.05.2024).
8. Путин объяснил, почему важны многодетные семьи [Электронный ресурс] // E1. РУ Екатеринбург Онлайн: [официальный сайт] / Сетевое издание «E1. РУ Екатеринбург Онлайн», [2024]. – Электрон. дан. URL: <https://www.e1.ru/text/gorod/2024/01/23/73152143/> (дата обращения: 01.05.2024).
9. Семьи бойцов СВО освободят от имущественного налога: о чем говорил Путин на встрече со студентами [Электронный ресурс] // E1. РУ Екатеринбург Онлайн: [официальный сайт] / Сетевое издание «E1. РУ Екатеринбург Онлайн», [2024]. – Электрон. дан. URL: <https://www.e1.ru/text/politics/2024/01/27/73168565/> (дата обращения: 01.05.2024).
10. Президент побывал в Нижнем Тагиле (точнее, в Путинграде). Что он там сделал — в одном тексте [Электронный ресурс] // E1. РУ Екатеринбург Онлайн: [официальный сайт] / Сетевое издание «E1. РУ Екатеринбург Онлайн», [2024]. – Электрон. дан. URL: <https://www.e1.ru/text/politics/2024/02/15/73234796/> (дата обращения: 01.05.2024).

© Конев Георгий Олегович (george367konev@yandex.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»