

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Филологический факультет
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики
Направление подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы Реклама и связи с общественностью в государственных и коммерческих структурах

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

И.о. зав. кафедрой

А.В. Блохинская
« 24 » 06 2025 г.

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

на тему: Техники нейролингвистического программирования в речи российских политиков

Исполнитель
студент группы 398-ом

18.06.2025
(подпись, дата)

Г.А. Решетов

Руководитель
доцент, канд. филол. наук

18.06.2025
(подпись, дата)

Д.Н. Павлова

Руководитель научного
содержания программы
магистратуры

19.06.2025
(подпись, дата)

И.А. Кунгушева

Нормоконтроль

19.06.2025
(подпись, дата)

А.Г. Сайфулина

Рецензент

20.06.2025
(подпись, дата)

В.В. Проказин

Благовещенск 2025

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

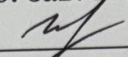
Амурский государственный университет
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Филологический факультет

Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

И.о. зав. кафедрой

 Е.Г. Иващенко

подпись

И.О. Фамилия

« 24 » 10 2024 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента _____
Решетова Григория Алексеевича

1. Тема выпускной квалификационной работы: Техники нейролингвистического программирования в речи российских политиков

(утверждена приказом от 02.06.2025 № 1383-4*)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 18.06.2025

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: НЛП; техники и приемы НЛП; публичные выступления российских политиков

4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): роль НЛП в психологии и межличностной коммуникации; основные техники НЛП; внушение в контексте НЛП; НЛП и структура языка; анализ практики применения НЛП

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.): _____

6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов) _____

7. Дата выдачи задания 24.10.2024

Руководитель выпускной квалификационной работы: Павлова Д.Н., канд. филол. наук., доцент

(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению Решетов Г. А.

(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Магистерская диссертация содержит 94 страницы, 62 источника.

НЕЙРОЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ПРОГРАММИРОВАНИЕ, НЛП, ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС, ПУБЛИЧНАЯ РЕЧЬ, ВНУШЕНИЕ, РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ, МАНИПУЛЯЦИЯ, МИЛТОН-МОДЕЛЬ, ЯКОРЕНИЕ, РЕФРЕЙМИНГ, РАППОРТ, КОММУНИКАЦИЯ

Цель магистерской диссертации: анализ и систематизация применения техник нейролингвистического программирования (НЛП) в публичной речи российских политиков с целью выявления их коммуникативных функций и механизмов речевого воздействия на массовую аудиторию.

Объектом исследования выступает публичный политический дискурс в современной России – в частности, тексты выступлений и интервью таких политических деятелей, как Д.С. Песков, С.В. Лавров, М.В. Мишустин и С.С. Собянин.

В результате проведённого исследования установлены преобладающие стратегии речевого влияния в политической коммуникации и предложена классификация НЛП-приёмов по их функциональной нагрузке. Полученные выводы позволяют использовать результаты для повышения эффективности политической риторики, а также в обучении специалистов по коммуникациям и PR.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1 Теоретическая часть	7
1.1 Роль НЛП в психологии и межличностной коммуникации	7
1.2 Основные техники НЛП	14
1.2.1 Репрезентативные системы	14
1.2.2 Якорение	15
1.2.3 Фреймы и рефрейминг	17
1.2.4 Метапрограммы	20
1.2.5 Раппорт	22
1.2.6 Группирование	24
1.3 Суггестия и внушение в контексте НЛП	26
1.4 НЛП и структура языка	32
1.5 Роль НЛП в политическом и публичном дискурсе	37
Выводы по первой главе	42
2 Анализ практики применения НЛП	43
2.1 Техника подстройки	44
2.2 Паттерны Милтон-модели	48
2.2.1 Трюизмы	51
2.3 Группирование	54
2.4 Якорение	56
2.5 Фреймы	58
2.5.1 Откат	68
2.5.2 Рефрейминг	72
2.6 Результаты анализа	78
Выводы по второй главе	86
Заключение	88
Библиографический список	89

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность. В современном политическом дискурсе особое значение приобретает не только содержание, но и форма подачи информации. В условиях острой конкуренции за внимание и доверие аудитории, политики и их пресс-службы активно используют техники речевого воздействия, направленные на бессознательное восприятие и формирование определённых установок у граждан. Одним из наиболее эффективных инструментов такого воздействия признаны языковые приёмы нейролингвистического программирования.

Исследование этих техник в речевой практике российских политиков представляет как теоретическую, так и практическую значимость: оно позволяет глубже понять механизмы убеждения, манипуляции и формирования общественного мнения в условиях современной медиаполитики.

Объектом исследования выступают тексты публичных выступлений и интервью современных российских политиков.

Предмет исследования – НЛП-техники и приемы в текстах публичных выступлений и интервью современных политических деятелей. В рамках данной работы акцент сделан именно на лингвистических (речевых) аспектах НЛП, поскольку целью является анализ языковых стратегий влияния. Невербальные техники (жесты, мимика, позы и пр.) в данном исследовании не рассматриваются, так как они требуют иного методологического подхода и инструментов анализа, связанных с визуальным восприятием и поведенческой психологией.

Цель диссертации – проанализировать характер и регулярность использования приёмов и техник НЛП в политическом дискурсе и выявить их предполагаемую коммуникативную функцию.

Для достижения данной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- изучить теоретико-методологические основы НЛП;
- рассмотреть влияние приёмов и техник НЛП на восприятие текста в массовой коммуникации;

- провести анализ речей и интервью четырех ведущих российских политиков: Д.С. Пескова, С.В. Лаврова, М.В. Мишустина и С.С. Собянина – на предмет использования ими приёмов и техник нейролингвистического программирования (НЛП);

- выявить преобладающие паттерны и определить их функции (внушение, эмоциональное воздействие, уход от ответственности и др.) в высказываниях указанных российских политиков.

Методы исследования включают теоретический анализ научной литературы, анализ публичных речей и интервью, статистический анализ, описательный и сопоставительно-описательный методы, а также методы анализа и синтеза информации.

Материалы исследования включают более 120 публичных выступлений и интервью таких российских политиков, как Д. Песков, С. Лавров, М. Мишустин, С. Собянин. Корпус текстов был сформирован на основе публикаций в ведущих российских СМИ (включая ТАСС, РИА Новости, РБК, «Коммерсантъ», «Известия», «Ведомости») за период с января 2020 года по май 2025 года. Теоретическую основу составляют труды по НЛП, политической риторике и психологии коммуникации, включая работы Р. Бэндлера, Д. Гриндера, М. Эриксона, В.М. Бехтерева, Е.И. Шейгала и других.

Степень изученности проблемы. Хотя феномены внушения и манипуляции в политическом дискурсе подробно описаны в отечественной и зарубежной науке, системное применение инструментов НЛП в речевой практике конкретных российских политиков ещё недостаточно исследовано, что и определяет актуальность и новизну настоящего исследования.

Научная новизна заключается в выявлении закономерностей использования НЛП-приёмов в публичной речи российских политиков и в классификации их коммуникативных функций.

Теоретическая значимость работы состоит в обогащении научных представлений о структурах политического дискурса и механизмах его воздействия.

Практическая значимость заключается в возможности применения результатов при подготовке специалистов в области политических коммуникаций, PR и медиатренинга.

Апробация результатов исследования осуществлялась в рамках XXVI региональной научно-практической конференции «Молодежь XXI века: шаг в будущее».

Положения, выносимые на защиту:

- техники НЛП чаще всего применяются для ухода от прямых ответов и создания у аудитории ощущения доверия и уверенности в ситуации;
- использование приёмов якорения и рефрейминга особенно активно проявляется в кризисных заявлениях, где требуется вызвать у аудитории определённое эмоциональное состояние – спокойствие, мобилизацию или солидарность;
- обнаружена зависимость между типом высказывания (интервью, официальное заявление, выступление) и доминирующими техниками: в интервью преобладают элементы раппорта и внушения через личные обращения, тогда как в выступлениях – структурированные паттерны с косвенными внушениями.

Структура работы включает введение, теоретическую и практическую главы, заключение, список литературы и приложения. Общий объём работы составляет 94 страницы.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

1.1 Роль НЛП в психологии и межличностной коммуникации

Нейролингвистическое программирование возникло в США в 1970-х годах. Основателями НЛП считаются математик Ричард Бэндлер и лингвист Джон Гриндер¹. В 1975 году они опубликовали свой первый труд – «Структура магии. Том 1», где изложили первые модели НЛП. В этой работе и последующих («Структура магии. Том 2» (1976), «Изменения в семье» в соавторстве с Вирджинией Сатир) были описаны методы, показывающие, как языковые паттерны могут использоваться для влияния на восприятие человека и его изменения. Изначально НЛП было сфокусировано на моделировании выдающихся психотерапевтов – семейного терапевта Вирджинии Сатир, гештальт-терапевта Фрица Перлза и гипнотерапевта Милтона Эриксона². Бэндлер и Гриндер наблюдали за их техниками общения с клиентами и обобщали успешные шаблоны поведения и речи этих специалистов, стремясь создать универсальную модель эффективной коммуникации. Таким образом, НЛП зародилось как прикладная модель, объединившая элементы гештальт-терапии, семейной терапии и эриксоновского гипноза.

Изначально НЛП рассматривалось как часть практической психологии, набор психотерапевтических техник, нацеленных на быстрое изменение нежелательного поведения и внутренних состояний. Однако сфера применения НЛП быстро вышла за рамки терапии: на сегодняшний день его методы активно используются в бизнес-консультировании, рекламе, менеджменте, ораторском мастерстве и других областях гуманитарной практики. НЛП не является академической наукой или цельной психологической теорией; это скорее прикладная междисциплинарная технология – набор техник и моделей, направленных на

¹ Акатова А. А. Теоретическое становление практического опыта нейролингвистического программирования // The Scientific Heritage. 2020. №54. С. 28-31.

² Боденхамер Б. Г. НЛП-практик: полный сертификационный курс. М. : АСТ, 2003. 266 с.

описание и улучшение человеческой коммуникации. Благодаря практической эффективности и скорости воздействия, инструменты НЛП получили признание среди специалистов по публичным выступлениям, политиков, маркетологов и психотерапевтов.

Основатели НЛП опирались на ряд идей из лингвистики, психологии и нейронаук. Существенное влияние оказала теория трансформационной грамматики Ноама Хомского. Из нее НЛП заимствовало представление о том, что выражаемые в речи слова и конструкции – это лишь поверхностные структуры, которые связаны с глубинными структурами мысли и опыта. Любая высказываемая мысль представляет собой поверхностный «симптом» внутренней модели мира. При переходе от глубинной структуры сознания к поверхностному высказыванию неизбежно происходит определенное искажение или потеря информации, поскольку язык – это не сама реальность, а ее приближенное описание³. Бэндлер, совместно с Гриндером подчёркивали, что языковые модели мира не тождественны объективному миру, из-за чего каждый человек видит мир по-своему. В связи с этим они разработали Мета-модель – совокупность специальных вопросов и языковых приемов, позволяющих восстановить в общении утраченные детали и уточнить значения, возвращая от поверхностных фраз к глубинным смыслам. Идея Мета-модели прямо следует из хомсковской концепции поверхностных/глубинных структур: задавая уточняющие вопросы, коммуникатор «опускается» от поверхностных описаний к глубинному содержанию мыслей собеседника, устраняя неопределенности и обобщения.

Другим интеллектуальным источником НЛП стала общая семантика Альфреда Коржибски. Коржибски рассматривал язык как модель реальности, позволяющую человеку обобщать и передавать свой опыт⁴. Ему принадлежит

³ Балашова М. П. Нейролингвистическое программирование в рекламном дизайне // Форум молодых ученых. 2019. №1(29). С. 385-387.

⁴ Баранов Е. Г. Информационно-психологическое воздействие: сущность и психологическое содержание // Национальный психологический журнал. 2017. № 1(25). С. 25–31.

знаменитый постулат: «Карта не равна территории». В контексте НЛП «карта» означает субъективную внутреннюю модель мира человека, построенную на основе его индивидуального восприятия и опыта⁵. Коржибски указывал, что наши ментальные «карты» неизбежно упрощают действительность: личный опыт гораздо богаче словарного запаса, поэтому человек вынужден обобщать и редуцировать информацию при помощи языка. Отсюда вытекает необходимость постоянно расширять языковые возможности и уточнять значения, чтобы сделать коммуникацию более адекватной и продуктивной⁶. В НЛП принцип «карта не территория» служит напоминанием, что восприятие субъективно: разные люди строят разные «карты» одного и того же события. Поэтому эффективный коммуникатор старается понять карту мира собеседника и при необходимости скорректировать ее (например, с помощью техник рефрейминга, о которых далее) для достижения лучших результатов во взаимодействии.

Кроме Хомского и Коржибски, теоретические основы НЛП опираются на идеи в области психологии внушения и восприятия. В частности, в работах отечественных ученых А.М. Свядоща и В.М. Бехтерева исследовались механизмы суггестии и их роль в психике и обществе. Эти исследования показали, насколько важны бессознательные процессы принятия информации при коммуникации. Хотя прямая связь модели Маклина с НЛП не всегда очевидна, идея о различных уровнях работы мозга (инстинктивный, эмоциональный, рациональный) создает фон для понимания того, почему сочетание нейро- и лингвистического компонентов важно в коммуникации.

Особое место в развитии НЛП занимают практики Милтона Эриксона – американского психиатра и гипнотерапевта, который стал одним из ключевых объектов моделирования. Его уникальный гипнотический язык лёг в основу целого пласта приёмов, получивших широкое распространение в НЛП. Помимо

⁵ Бехтерев В. М. Роль внушения в общественной жизни. Гипноз. Внушение. Телепатия. М., 2023. 265 с.

⁶ Боденхамер Б. Г. НЛП-практик: полный сертификационный курс. 266 с.

глубокой работы с прямыми и косвенными внушениями, в НЛП была выделена так называемая «Милтон-модель» – набор языковых паттернов, которые используются для создания транса, раппорта и направляющего воздействия на подсознание⁷. Среди основных паттернов – неконкретные существительные и местоимения (например, «вещь», «они»), номинализации типа «решение», «состояние», модальные операторы возможности («вы можете»), необходимости («вам надо»), универсальные кванторы («всегда», «никто»), утраченные перформативы («известно, что...»), чтение мыслей («вы, наверное, думаете...»), причинно-следственные конструкции («как только вы сделаете..., тогда...»), сложные эквиваленты («ревнует – значит любит»), неопределённые глаголы («знать», «понимать») и сравнительные удаления («лучше», «качественнее» без ясной опоры)

Эти речевые приёмы позволяют говорить абстрактно, «размыто», так что слушатель сам наполняет высказывание смыслом, тем самым погружаясь в ресурсное состояние и воспринимая внушения как собственные мысли. Основные техники – скрытые побуждения к действию, вопросы с утверждением («разве не так?»), выбор без отказа («вы можете сделать это так или по-другому») и косвенные предложения («вы ведь не замечаете, как становитесь спокойнее?») – строятся на основе этих базовых элементов. В итоге речь превращается в средство мягкого влияния, позволяющее направлять внимание, чувства и поведение собеседника без явного сопротивления.

Немаловажную роль в рамках Милтон-модели занимают трюизмы – утверждения, кажущиеся очевидными и неоспоримыми, которые слушатель принимает автоматически, без критического анализа. Благодаря своей общей истинности, трюизмы активно используются не только в терапевтической практике, но и в политической риторике. Политики часто опираются на них, поскольку такие формулировки легко воспринимаются аудиторией как само собой разумеющиеся

⁷ Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию / Е. В. Сидоренко. 16 с.

и помогают незаметно формировать определённые установки и мнения. Используя трюизмы в речи, можно мягко направлять массовое сознание и создавать впечатление доверия и согласия, минимизируя сопротивление слушателей.

Таким образом, НЛП как теория сложилось на стыке нескольких направлений: лингвистики (модели грамматики и смысла), психологии (теории внушения, когнитивные модели) и нейронаук (представления о мозге). Ключевая идея, объединяющая эти влияния, заключается в том, что язык формирует наше восприятие реальности, и изменяя языковые структуры или бессознательные паттерны, можно изменять мышление, эмоциональные состояния и поведение. Далее рассмотрим основные цели и понятия НЛП как коммуникативной технологии.

Термин «нейролингвистическое программирование» отражает три составляющие: нейро- (речь о процессах восприятия и мышления, работе нервной системы), лингвистическое (роль языка и речи) и программирование (возможность формировать нужные поведенческие программы)⁸. Существует множество определений НЛП. Согласно определению, данному основателями НЛП – это модель человеческого внутреннего опыта и коммуникации, позволяющая описать человеческую деятельность и вызывать глубинные, устойчивые изменения этой деятельности⁹. Иными словами, НЛП – это набор методов моделирования и трансформации субъективного опыта. Коммуникация рассматривается в НЛП и как объект изучения (каким образом люди обмениваются информацией и влияют друг на друга), и как инструмент изменений (через общение можно «перепрограммировать» способы мышления и реагирования).

⁸ Шестопа́л Е. Б. Политическая психологи. М., 2007. 448 с.

⁹ Акатова А. А. Теоретическое становление практического опыта нейролингвистического программирования // The Scientific Heritage. №54. С. 28-31.

Основные цели применения НЛП в коммуникации можно сформулировать так¹⁰:

– улучшение межличностного взаимодействия. НЛП предлагает методы, помогающие лучше понимать собеседника, эффективно доносить свои мысли и устранять барьеры общения. Например, техники активного слушания и калибровки позволяют настроиться на волну другого человека, повысить степень взаимопонимания и доверия;

– разрешение конфликтов. С помощью НЛП-коммуникации можно переосмысливать точки разногласий и находить новые подходы к конфликтным ситуациям. Понимая мотивации и потребности оппонента, коммуникатор способен переформулировать проблему таким образом, чтобы найти обоюдное приемлемое решение;

– управление эмоциональными состояниями в общении. НЛП учит регуляции своих эмоций и воздействию на эмоции аудитории. Например, существуют техники якорения положительных состояний, позволяющие вызвать у себя или другого человека ресурсное (спокойное, уверенное) настроение перед важным разговором. Управляя эмоциями, можно сделать коммуникацию более конструктивной и продуктивной;

– развитие навыков убеждения и лидерства. НЛП предоставляет инструменты влияния на убеждения и поведение людей. Освоив их, лидер мнений или оратор может вдохновлять, мотивировать, побуждать аудиторию к определенным действиям. Например, умелое использование метафор, риторических приемов и языковых внушений усиливает убедительность речи политического деятеля или менеджера;

– самопознание и личностный рост коммуникатора. Для эффективного общения важно хорошо понимать самого себя – свои ценности, убеждения, модели

¹⁰ Горин С. А. А вы пробовали гипноз? : практическое руководство по применению гипнотических психотехник. С.-Пб., 1995. 208 с

мышления. НЛП-техники направлены не только вовне, но и внутрь личности. Они помогают человеку осознать собственные ограничивающие установки, перестроить неэффективные «программы» поведения, развить гибкость мышления. Таким образом, работая над собой с помощью НЛП, коммуникатор становится более осознанным и эмпатичным, что положительно сказывается на всех его взаимодействиях.

Следует подчеркнуть, что НЛП рассматривает коммуникацию очень широко – не только как обмен словами, но и как сложный психосоциальный процесс. Так, в коммуникации задействованы когнитивные аспекты (восприятие, мышление, память), аффективные аспекты (эмоции, отношения) и суггестивные аспекты (бессознательное внушающее влияние). В рекламе и публичных выступлениях, например, важную роль играет визуальная составляющая сообщения, которая часто воздействует быстрее и сильнее слов¹¹. Эффективный коммуникатор учитывает, как разнородная информация (текст, образ, интонация) проходит обработку в сознании аудитории, какие эмоции вызывает и какие убеждения формирует. Конечная цель – добиться такого влияния на картину мира адресата, которое способствует достижению поставленных задач максимально экологично, через понимание и перенастройку внутренних состояний.

Таким образом, можно утверждать, что техники НЛП, применяемые в коммуникации, помогают сделать общение более осознанным, гибким и результативным. Опираясь на знание закономерностей восприятия и языка, этот подход позволяет «тонко настраивать» взаимодействие между людьми, повышая взаимопонимание и направляя диалог в желаемое русло. Достигается это с помощью целого арсенала техник НЛП, которые подробно рассматриваются в следующем разделе.

¹¹ Горин С. А. А вы пробовали гипноз? : практическое руководство по применению гипнотических психотехник. 208 с

1.2 Основные техники НЛП

НЛП разработало широкий спектр прикладных методов, применимых в коммуникации, обучении и терапии. В контексте публичной коммуникации особое значение имеют как паттерны Милтон-модели, так и такие техники как репрезентативные системы, якорение, фреймы, метапрограммы, раппорт и группирование. Важно разграничивать эти категории: паттерны Милтон-модели относятся к речевым приёмам, тогда как остальные элементы представляют собой базовые техники НЛП. Далее рассмотрим каждую из этих техник.

1.2.1 Репрезентативные системы

Одним из базовых постулатов НЛП является то, что люди по-разному воспринимают и кодируют информацию с помощью разных органов чувств. Выделяются визуальная, аудиальная, кинестетическая репрезентативные системы (также иногда упоминаются вкусовая и обонятельная)¹². У каждого человека, как правило, доминирует одна система – например, одни мыслят образами, другие оперируют звуками, третьи ориентированы на ощущения. Бэндлер и Гриндер отмечали, что люди «специализируются» на определенном типе информации: кто-то в первую очередь обращает внимание на зрительные образы, кто-то – на звуки или ощущения¹³. Эти различия проявляются в речи – через предпочтение определенных слов, называемых предикатами. Например, визуал скажет: «вижу, в чем проблема, картина прояснилась», аудиал – «послушай, это звучит правильно», кинестетик – «чувствую, что мы упускаем что-то важное». Подбирая язык общения под репрезентативную систему собеседника (например, используя сходные предикаты), коммуникатор может добиться большего раппорта и понятности. Кроме того, понимание ведущей модальности полезно в рекламе: визуально ориентированную аудиторию эффективнее убеждать образами и

¹² Горин С. А. А вы пробовали гипноз? : практическое руководство по применению гипнотических психотехник. 208 с

¹³ Горянина В. А. Преображение жизненных ситуаций: эффективные психосоциальные технологии. М., 2001. 400 с.

зрительными символами, тогда как аудиалов – звуками (музыка, слоганы), а кинестетиков – через апелляцию к ощущениям и опыту. Полиmodalность же предполагает задействование сразу нескольких каналов восприятия для усиления эффекта (текст + картинка + звук), что часто практикуется в политической рекламе. Таким образом, техника учета репрезентативных систем позволяет говорить «на языке» аудитории и тем самым усиливать влияние.

В политической коммуникации данный подход приобретает особую значимость, поскольку позволяет адаптировать агитационные и пропагандистские сообщения под восприятие различных групп электората. Использование предикатов, соответствующих ведущей modalности целевой аудитории, способствует формированию доверия и ощущению «понимания» между политиком и избирателем. Кроме того, как отмечается в исследовании Т. А. Аскеровой, в политических дискурсах часто применяется полиmodalность: сочетаются визуальные образы, звуковые элементы и речевые конструкции, рассчитанные на одновременное вовлечение зрительного, аудиального и кинестетического каналов восприятия, что позволяет максимально расширить охват и повысить эффективность воздействия.

1.2.2 Якорение

Техника якорения направлена на создание устойчивых ассоциаций между определенным стимулом и состоянием. «Якорь» в терминологии НЛП – это любой стимул (слово, жест, образ, звук и т.д.), связанный с конкретной реакцией. Процесс якорения схож с выработкой условного рефлекса: если в момент сильного эмоционального переживания задать уникальный стимул, то при последующем предъявлении этого стимула нужное состояние будет автоматически воспроизводиться¹⁴. Якорение может происходить естественно (например, любимая песня невольно поднимает настроение, потому что раньше звучала в радостные моменты) либо намеренно, целенаправленно. В НЛП разработаны методы

¹⁴ Шестопап Е. Б. Политическая психологи. 448 с.

сознательной установки якорей – например, оратор может специально повторять определённый жест в моменты, когда аудитория испытывает подъём энтузиазма, чтобы этот жест стал «спусковым крючком» для повторного вызова энтузиазма позже. Якоря бывают внешние (какой-то стимул во внешнем окружении) и внутренние (например, образ, который человек сам себе вызывает)¹⁵. В коммуникации якорение позволяет управлять эмоциональным фоном: закрепляя позитивные состояния (уверенность, доверие) или нейтрализуя негативные. Классический приём – «привязывание» позитивной эмоции к сообщению. Например, выступающий рассказывает вдохновляющую историю, вызывая у публики воодушевление, и в кульминационный момент произносит название своей идеи или партии – тем самым эта идея подсознательно закрепляется (якорится) в сознании слушателей как нечто воодушевляющее. В политической рекламе часто используются визуальные и звуковые якоря: слоганы, музыкальные джинглы, логотипы, цвета. Повторяя их, рекламодаделец добивается, чтобы у избирателя на стимул (слоган/образ) автоматически возникала нужная реакция – например, чувство надежды или, наоборот, страх (если говорить о негативной агитации). Исследователи, что якоря повсеместно используются в маркетинге и политике: рекламные мелодии, фирменные цвета, образы лидера – всё это создаёт ментальные связи между стимулом и желаемой эмоцией (Бендлер Р., Гриндер Д., Чалдини Р.Б., Котлер Ф.)¹⁶. Владение техникой якорения позволяет коммуникатору не только устанавливать такие связи, но и разрывать нежелательные (например, снимая страх или негатив путем «перебивки» – наложения позитивного якоря на негативный). В целом, якорение – мощный инструмент для оперативного переключения состояний в коммуникации, особенно полезный в массовых воздействиях (реклама, митинги, презентации).

¹⁵ Эриксон М. Гипнотические реальности. Наведение клинического гипноза и формы косвенного внушения. М., 2000. 352 с.

¹⁶ Бехтерев В. М. Роль внушения в общественной жизни. Гипноз. Внушение. Телепатия. 265 с.

В рекламной практике, например, визуальные якоря в виде узнаваемых логотипов, упаковки, цвета или рекламных персонажей (талисманов) создают устойчивые ассоциации с позитивным потребительским опытом. Это способствует формированию лояльности и стимулирует повторные покупки. В политической коммуникации аналогичные принципы применяются при создании образа лидера – жест, интонация, визуальный стиль или даже повторяющаяся фраза (слоган) могут служить мощными якорями, вызывающими доверие и эмоциональную привязанность у избирателей¹⁷. Как отмечает Т. Л. Шкляр, якорение позволяет вызывать у потребителей или избирателей предсказуемые эмоциональные состояния, особенно если якорь подкреплён состоянием, близким к эйфории, – это увеличивает лояльность и желание действовать в интересах коммуникатора¹⁸.

1.2.3 Фреймы и рефрейминг

Фреймы представляют собой особые когнитивные структуры, которые позволяют человеку структурировать, систематизировать и интерпретировать получаемую информацию на основе уже имеющегося опыта и знаний о мире. Это способ «обрамления» реальности, который определяет, на что именно будет направлено внимание, какие эмоции и реакции вызовет событие или сообщение. Фреймы влияют на то, как человек понимает смысл происходящего, какие значения придаёт словам и действиям. Проще говоря, фрейм – это фильтр восприятия, через который мы смотрим на мир¹⁹.

В рекламе фреймы используются для управления вниманием потребителя и формирования желаемого восприятия продукта или услуги. Один и тот же товар можно представить через разные фреймы, создавая у аудитории

¹⁷ Мельников С. Л. Имидж политического лидера как социальное явление и технологии его формирования // Экономика. Социология. Право. 2023. №1(29). С. 62-66.

¹⁸ Шкляр Т. Л. Якорение в политическом и экономическом маркетинге // Экономика. Статистика и Информатика. 2015. № 2. С. 142–145.

¹⁹ Бехтерев В. М. Роль внушения в общественной жизни. Гипноз. Внушение. Телепатия. 265 с.

определённые ассоциации и эмоции. В политике фреймы – это ключевой инструмент влияния на общественное мнение. Политики и медиа активно используют фреймирование, чтобы задать определённый контекст обсуждения, сформировать нужную точку зрения или изменить отношение общества к проблеме.

Именно на понимании силы фреймов основана техника рефрейминга – осознанного изменения рамки восприятия события или явления. Рефрейминг – техника изменения взгляда на ситуацию путем нового обрамления контекста или значения происходящего. В основе лежит идея, что смысл любого события зависит от «рамки», в которую оно помещено; поменяв рамку, можно изменить реакцию и выводы. В НЛП различают рефрейминг контекста и рефрейминг содержания. *Рефрейминг контекста* подразумевает поиск такого контекста, в котором явление приобретает иное значение (например, фразу «он упрям» можно перефразировать как «он принципиален», поместив качество упрямства в позитивный контекст). *Рефрейминг содержания* меняет само значение или интерпретацию явления без изменения фактов (например, проблему преподнести не как препятствие, а как задачу или возможность для роста). Цель рефрейминга – когнитивно-поведенческая корректировка, которая порождает продуктивное поведение и блокирует деструктивное²⁰. Иными словами, человек начинает видеть ситуацию под другим углом и реагировать иначе. Рефрейминг считается одной из самых мощных техник формирования мнений, поскольку меняет «угол зрения» аудитории²¹. Например, в политическом дискурсе рефрейминг используется, когда негативное явление называют другим словом: повышение налогов можно преподнести как «инвестицию в общее будущее», а войну – как «миссию по защите ценностей». Изменяя словесное описание, говорящий изменяет отношение публики. Бэндлер и Гриндер описывали рефрейминг так: внешнее событие

²⁰ Эриксон М. Гипнотические реальности. Наведение клинического гипноза и формы косвенного внушения. 352 с.

²¹ Горянина В. А. Преображение жизненных ситуаций: эффективные психосоциальные технологии. 400 с

остаётся тем же, но реакция на него меняется за счёт изменения рамки восприятия²². В коммуникации рефрейминг применяется и для убеждения (переубеждения) оппонента: вместо прямого спора о фактах, меняют контекст диалога или исходные допущения. Например, на претензию «наш бюджет слишком мал» можно ответить: «как мы можем достичь максимума с теми средствами, что есть?» – это смена рамки с жалобы на задачу. Рефрейминг часто сопровождается использованием вопросов: трансформируя утверждения в вопросы, спикер побуждает собеседников сами переосмыслить ситуацию²³. Отметим, что рефрейминг тесно связан с понятием фреймов (рамок), активно изучаемых в когнитивной лингвистике (М. Минский, Ч. Филлмор). Фрейм – это ментальная структура, представляющая стереотипную ситуацию со связями между ее элементами.

В НЛП изменение фрейма через язык приводит к изменению «карты мира» человека, а значит и его выводов²⁴. Рефрейминг используется повсеместно: от терапии (перевод травматичного опыта в урок) до рекламы (перепозиционирование бренда). В политической речи это ключевой метод воздействия – умелый оратор способен с помощью одной метафоры радикально сменить рамку обсуждения, направив мысли аудитории в иное русло. Таким образом, рефрейминг – это творческое переосмысление реальности в коммуникации, позволяющее заменить неэффективные убеждения и реакции на более продуктивные.

В рекламной коммуникации рефрейминг помогает не просто выделить продукт, но и изменить восприятие потребителя: например, представить необходимость как выбор, а обыденность как эксклюзивность. Политические кампании активно используют этот инструмент для нейтрализации критики и формирования нужных ассоциаций – переформулировка проблем в терминах возможностей

²² Дилигенский Г. Г. Социально-политическая психология: Учеб. Пособие для высш. учеб. заведений. М., 1994. 304 с.

²³ Макаренков Е. В. Анализ технологий нейролингвистического программирования как инструмента политического противоборства // Вестник Челябинского государственного университета. 2019. №12(434). С. 89-94.

²⁴ Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. М., 1997. 60 с.

или угроз позволяет манипулировать общественным восприятием и укреплять поддержку.

1.2.4 Метапрограммы

В нейролингвистическом программировании термин метапрограммы обозначает глубинные когнитивные стратегии и фильтры, которые управляют мышлением и поведением человека. Это «программы о программах» – правила, по которым наш разум выбирает и исполняет те или иные мыслительные программы²⁵. Метапрограммы работают на подсознательном уровне, определяя наш стиль мышления: на что мы обращаем внимание, как принимаем решения, как мотивируем себя, как взаимодействуем с информацией. Например, одна из известных метапрограмм – ориентация «к цели» vs «от проблемы»: одни люди мотивируются движением к желаемому результату, другие – избеганием нежелательного исхода. Другая метапрограмма – уровень детализации: «глобалисты» видят общую картину, «деталисты» фокусируются на частностях. Также часто упоминаются метапрограммы интроверсия/экстраверсия, логика/эмоции и т.п. Метапрограммы можно представить как фильтры восприятия: через них человек пропускает поступающую информацию, что во многом предопределяет выводы и реакцию. Бэндлер и Гриндер отмечали, что метапрограмма выступает своеобразной «рамкой мышления», формирующей поведенческий паттерн и точку зрения индивида. Исследователи НЛП Майкл Холл и Боб Боденхамер описали 51 метапрограмму, разделив их на категории: ментальные, эмоциональные, волевые и др.²⁶. *Ментальные метапрограммы* связаны с обработкой информации и вниманием (например, человек отслеживает сходства или различия, фокусируется на причинах или на последствиях). *Эмоциональные* – определяют, как запускаются эмоциональные состояния (как мысль переходит в чувство) и как эмоции влияют на восприятие. *Волевые* – описывают, как человек управляет своим

²⁵ Колмакова Д. А. Убеждение, принуждение и внушение, как основные методы, используемые правоохранительными органами // Вестник науки. 2024. № 1(70), т. 3. С. 269–273.

²⁶ Мокшанцев Р. И. Психология рекламы: учебное пособие. Новосибирск, 2009. 230 с.

выбором, как предпочитает действовать (продумывает план или действует импульсивно). Знание метапрограмм крайне полезно в коммуникации: понимая когнитивный стиль собеседника, мы можем подобрать соответствующую манеру разговора и аргументации. Например, если адресат – явный «деталист», ему в речи следует приводить много конкретики; если же он «глобалист», лучше начинать с общей картины, основных идей.

В политической рекламе учет метапрограмм проявляется в том, что разные группы избирателей получают разные послылы: одним важны ценности и эмоции (ориентированные на глобальное видение, чувство причастности), другим – рациональные выгоды (ориентированные на детали, цифры, конкретные обещания). В НЛП существуют методики диагностирования метапрограмм по речи и поведению человека и последующего «подстраивания» под них. Таким образом, работа с метапрограммами – это более глубокий уровень настройки коммуникации, позволяющий говорить не только на языке чувств или смыслов, но и на языке когнитивных предпочтений конкретной личности.

Кроме того, типология метапрограмм, предложенная Н. В. Кутузой, позволяет не только диагностировать ведущие когнитивные фильтры восприятия, но и варьировать глубину воздействия в зависимости от цели политической коммуникации²⁷. Так, реализация одноструктурных метапрограмм (например, активность/пассивность или необходимость/возможность) делает слоган чётким и целенаправленным, тогда как сочетание нескольких метапрограмм (полиструктурные конструкции) расширяет охват аудитории, обеспечивая суггестивную многослойность послания. Эффективная работа с такими комбинациями, как «достижение + отличие» или «активность + избегание», даёт возможность одновременно воздействовать на рациональный и интуитивный уровень восприятия, что

²⁷ Кутуза Н. В. Воздействующий потенциал метапрограмм НЛП в политических слоганах // Экономика. Статистика и информатика. 2015. № 2. С. 32–36.

особенно важно в условиях информационной перегрузки и электоральной апатии.

1.2.5 Раппорт

Раппорт в НЛП обозначает состояние гармоничного взаимопонимания и доверия между коммуникатором и аудиторией. Это своеобразная «связь», когда люди находятся «на одной волне». Термин заимствован из психотерапии, однако он столь же важен и в других видах взаимодействия²⁸. Если раппорт установлен, сообщение воспринимается гораздо лучше: снижается критичность восприятия, повышается внушаемость, люди более открыты к вашим идеям. Достижение раппорта – первоочередная задача хорошего коммуникатора. В НЛП разработана система техник для создания раппорта, основным из которых является подстройка. Подстройка означает отражение поведения собеседника – вербального и невербального – с целью вызвать ощущение схожести, синхронии²⁹. Это может включать: копирование позы, жестов, темпа и громкости речи, дыхания и даже ключевых слов партнёра. Когда мы на бессознательном уровне видим свое зеркало в другом, мы начинаем доверять ему больше. Подстройка должна быть деликатной и естественной, чтобы не выглядело пародией; часто она происходит интуитивно у людей, которые нравятся друг другу. НЛП делает этот процесс осознанным инструментом. Помимо невербальной подстройки, есть и вербальная – использование схожих выражений, сходного стиля речи, повторение важных для собеседника слов. Например, если человек говорит формально и отстраненно, ответ в таком же стиле повысит шанс раппорта; если же он эмоционален и образен, то и ваш язык должен быть более живым. Раппорт проявляется как эмпатия – коммуникатор действительно пытается почувствовать то, что чувствует его аудитория, и показать это понимание. Интересно, что концепция раппорта перекликается с принципами зеркальных нейронов в нейрофизиологии: когда люди в

²⁸ Ольшанский Д. В. Основы политической психологии. Екатеринбург, 2001. 496 с.

²⁹ Карпова М. К. Социология массовой коммуникации: учебно-методическое пособие. Пенза, 2011. 128 с.

одном эмоциональном состоянии, их мозг как бы «резонирует» синхронно. В гипнозе создание раппорта – неперенное условие введения в транс³⁰. В публичном выступлении раппорт может выражаться, например, через зрительный контакт, дружелюбную мимику, обращение к общим ценностям («мы с вами», «нам всем знакомо чувство...»). Добившись раппорта, оратор получает внимание и расположение аудитории; после этого можно эффективнее применять другие техники влияния.

Стоит отметить, что установление раппорта может требовать времени – для разных людей по-разному³¹. Кому-то достаточно нескольких секунд теплой шутки, а с кем-то нужно долго выстраивать доверие. Мастер НЛП обладает гибкостью: он умеет быстро «считывать» реакцию аудитории и менять свою подстройку, пока не достигнет желаемой синхронизации. Раппорт – это фундамент коммуникации: без него остальные воздействия могут вызвать отторжение. С раппортом же даже смелые внушения и сложные аргументы находят благодатную почву.

Перечисленные методы – лишь базовый набор НЛП-приёмов, часто используемых в публичной речи. Однако в арсенале нейролингвистического программирования есть и такие инструменты, как калибровка (наблюдение за микрореакциями собеседника), ведение и наведение транса (гипнотические техники Милтона Эриксона), работа с логическими уровнями (модель Роберта Дилтса) и другие. Для политиков, рекламистов и переговорщиков ключевыми становятся репрезентативные системы, якоря, рефрейминг, метапрограммы и раппорт – они позволяют строить стратегическую коммуникацию: усилить доверие, преподнести информацию выгодно, закрепить нужные эмоции и снизить сопротивление аудитории.

³⁰ Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. Век 21. М., 2015. 525 с.

³¹ Ковалев С. В. Основы нейролингвистического. М., 2001. 160 с.

Эти приёмы активно применяются в политической риторике. Так, Л. Остапова (БелГУ) в своей статье «Рефрейминг как метод воздействия в политической речи» подчёркивает эффективность этого приёма в речах политиков³². В России одним из ярких практиков и исследователей НЛП в политике был Сергей Горин – психотерапевт, политтехнолог и автор книг по эриксоновскому гипнозу и НЛП³³. Он применял эти приёмы в реальных предвыборных кампаниях и стратегиях контрпропаганды. Кроме того, такие специалисты, как Марина Гаврилова, изучавшая политический дискурс (например, «Когнитивные и риторические основы президентской речи»), исследуют, как языковые конструкции и смысловые фреймы создаются и усиливаются с помощью НЛП-техник³⁴.

Таким образом, НЛП–приёмы превратились в сильный инструмент политической коммуникации в России. Они основаны на понимании психологии внушения и позволяют влиять на подсознательные реакции аудитории, формируя доверие и эмоциональную вовлечённость. Далее мы подробнее рассмотрим феномен внушения и суггестивных техник в рамках НЛП.

1.2.6 Группирование

Под техникой группирования в НЛП понимается техника изменения восприятия или убеждения путем изменения уровня обобщения информации – от более частных деталей к более общим категориям или наоборот. Иными словами, группирование позволяет организовать опыт или информацию в более крупные блоки либо, напротив, раздробить ее на более мелкие фрагменты. Цель этой техники – переструктурировать представление о событии или высказывании так, чтобы изменить отношение к нему, включив его в иной контекст или категорию. Основатели НЛП Р. Бэндлер и Д. Гриндер подчёркивали, что язык служит

³² Остапова Л. Е. Рефрейминг как метод воздействия в политической речи // Научно-практический электронный журнал «Аллея Науки». 2018. № 1(17). С. 68-73.

³³ Горин С. А. А вы пробовали гипноз? : практическое руководство по применению гипнотических психотехник. 208 с

³⁴ Эриксон М. Гипнотические реальности. Наведение клинического гипноза и формы косвенного внушения. 352 с.

инструментом создания и передачи моделей опыта человека. Группирование как раз эксплуатирует эту особенность языка, чтобы влиять на модель мира адресата.

Принципы действия: обобщение, детализация и боковое смещение. В технике группирования различаются три основных приёма, соответствующие ключевым когнитивным операциям: обобщение, детализация и аналогия. Их суть следующая:

- обобщение (объединение): переход к более общему, абстрактному уровню информации. Частные явления или факты объединяются в широкие категории, что меняет фокус восприятия. Классический пример – лозунг «Think global, act local» («Думай глобально, действуй локально»), где частные действия связываются с глобальной идеей. Обобщение позволяет придать сообщению масштаб и значимость, апеллируя к широким ценностям или категориям. Лингвистически обобщение проявляется через использование терминов высокого уровня абстракции и кванторов общности (слов типа «всегда», «никогда», «везде» и т.п.);

- детализация (разделение): переход к более конкретному, подробному уровню информации. Слишком общее утверждение разбивается на составные части, уточняется деталями и примерами. В результате сообщение становится более точным и достоверным. Например, утверждение «Реформа образования – очень сложный процесс» звучит расплывчато, но вопрос вслед за ним – «Каковы составные части этого процесса?» – переводит обсуждение на конкретный план. Вычленение отдельных аспектов проблемы (выявление конкретных шагов, задач, причин) делает ее более понятной и решаемой. В публичном дискурсе метод детализации придает речи вид компетентности и осведомленности, повышая доверие аудитории. Детализация часто маркируется в языке уточняющими вопросами («что именно...?», «какие конкретно...?») и перечислениями отдельных фактов;

- боковое смещение (аналогия, метафоризация): поиск параллельного примера или аналогичной ситуации на том же уровне обобщения. Это использование

метафоры или сравнения, при котором исходная проблема помещается в другой фрейм за счет аналогии. Найдя сходный пример в иной области, коммуникатор как бы смещает рамку обсуждения в сторону, избегая прямой конфронтации с проблемой. Например, неэффективную работу отдела можно уподобить сбоящей компьютерной программе и обсуждать ее исправление, тем самым меняя фрейм «проблемы» на фрейм «решения». Боковое смещение стимулирует творческое, метафорическое мышление и преодолевает когнитивную ригидность, позволяя взглянуть на ситуацию под новым углом. Лингвистически это реализуется через сравнения, метафоры, параллельные сюжеты.

Эффективность группирования объясняется фундаментальными свойствами человеческого мышления – механизмами обобщения и конкретизации информации. В когнитивной модели НЛП обобщение, опущение и искажение рассматриваются как фильтры восприятия, с помощью которых человек структурирует опыт. Обобщение позволяет выделить общие категории из частных случаев, что упрощает картину мира, но может приводить к утрате деталей. Детализация возвращает утраченные элементы, делая сообщение конкретным. Каждый из этих процессов имеет свои языковые паттерны, отражающиеся в речи. Техника группирования, по сути, сознательно управляет уровнем обобщенности высказывания, эксплуатируя природную способность языка либо расширять контекст до общих понятий, либо сужать его до деталей. С точки зрения лингвистики это проявляется в выборе лексики разного уровня абстракции (гиперонимы vs. гипонимы), использовании обобщающих слов или, напротив, конкретизирующих описаний, перечислений, а также построении метафорических моделей³⁵.

1.3 Суггестия и внушение в контексте НЛП

Суггестия (от лат. *suggestio* – внушение) – важнейший компонент многих техник НЛП, особенно применяемых в массовой коммуникации. Под суггестией

³⁵ Дилигенский Г. Г. Социально-политическая психология: Учеб. Пособие для высш. учеб. заведений. 304 с.

понимается психологическое воздействие, при котором информация вводится в сознание без критического фильтра, побуждая человека воспринимать и принимать ее не размышляя³⁶. Проще говоря, внушение – это способ посеять идею или эмоцию в сознании адресата, минуя его аналитический контроль. А.М. Свядощ давал такое определение: «Внушение – введение информации, воспринимаемой без критической оценки и оказывающей влияние на течение нервно-психических процессов. Путем внушения могут вызываться ощущения, представления, эмоциональные состояния и волевые побуждения... без логической переработки воспринимаемого». Таким образом, внушенная идея не подвергается проверке на истинность – она принимается на веру, как данность.

Для того чтобы внушение стало возможным, у человека должен быть снижен уровень осознанности и критического мышления при восприятии сообщения. Это может происходить по разным причинам: высокое доверие к источнику, эмоциональное возбуждение (радость, страх), массовый эффект (в толпе люди менее критичны), гипнотическое состояние или трансовое погружение. Внушение опирается на особое психологическое состояние внушаемого – повышенную восприимчивость и пассивность мышления. Знаменитый исследователь гипноза В.М. Бехтерев трактовал внушение как «искусственное прививание путем слова или иным способом различных психических явлений (настроения, ощущения, идеи) другому лицу при отвлечении его волевого внимания». Обращает внимание фраза «при отвлечении внимания»: чтобы внушить что-либо, нужно обойти сознательный контроль личности. Бехтерев отмечал, что внушение может происходить непреднамеренно – например, сильная личность своим уверенностью неосознанно внушает подчиненным чувство уважения и подчинения. Кроме того, внушение может осуществляться незаметно для объекта³⁷, особенно если оно косвенное. Главная сила внушения – оно прямо воздействует на чувства и

³⁶ Колмакова Д. А. Убеждение, принуждение и внушение, как основные методы, используемые правоохранительными органами // Вестник науки. 2024. № 1(70), т. 3. С. 269–273.

³⁷ Боденхаммер Б. Г. НЛП-практик: полный сертификационный курс. 266 с.

подсознание, минуя логику. Бехтерев противопоставлял словесное убеждение, где действуют аргументы и доказательства, и внушение, где воздействие идет «без каких-либо доказательств и логичности». Иначе говоря, при убеждении человек сам размышляет и соглашается, а при внушении – принимает готовую мысль без рассуждений.

Не всякая информация способна повлиять внушающе – многое зависит от ее формы, источника и особенностей воспринимающего. Свядош подчеркивал, что сообщение должно быть понятным: внушение невозможно, если текст не имеет смысла для человека (например, сказан на незнакомом языке). Неосмысленные или противоречивые данные сознание просто отсеет. Также важна контекстуальная правдоподобность: мозг постоянно проводит автоматическую верификацию информации, оценивая ее достоверность³⁸. Если послание явно расходится с реальностью, внушение не произойдет – так, человек не испугается игрушечного пистолета, хоть ему и угрожают, потому что сознание распознало подделку. Степень внушаемости личности во многом зависит от критичности и логичности мышления: люди, умеющие последовательно рассуждать и контролировать эмоции, менее подвержены внушению. Поэтому дети и подростки, с их незрелым критическим мышлением, обычно более внушаемы. Напротив, при некоторых психических отклонениях внушение затруднено – человек не может сосредоточиться на словах внушающего, и контакт не устанавливается³⁹. Интересный вывод Свядоша: внушающее воздействие невозможно, если адресат не понимает смысла сообщения или полностью отвергает его правдивость. Отсюда следует, что даже для внушения нужно определенное сотрудничество разума: ему надо дать материал, который он хотя бы частично сочтет заслуживающим внимания.

³⁸ Пичугин В. Г. Психология влияния в управлении персоналом: учеб. пособие. М., 2020. 144 с.

³⁹ Ольшанский Д. В. Основы политической психологии. 496 с.

Виды внушения. В психологии принята классификация внушения по нескольким основаниям⁴⁰:

– по способу передачи: реальное внушение – производится конкретным действием или иным невербальным способом (например, примером поведения, демонстрацией), вербальное внушение – осуществляется словесно (через устную или письменную речь);

– по характеру воздействия: прямое внушение – открытое словесное воздействие, обычно в императивной, категоричной форме (приказ, утверждение, не терпящее возражений); косвенное внушение – скрытое, завуалированное. При косвенном внушении идея не формулируется напрямую, но создаются условия, при которых человек сам приходит к нужному выводу. Пример косвенного внушения – эффект плацебо, когда улучшение состояния наступает благодаря вере пациента, хотя врач прямо не обещал исцеления, а лишь дал «лекарство»;

– по форме субъекта: гетеросуггестия – внушение, исходящее от внешнего источника (другого человека, группы, СМИ), аутосуггестия – самовнушение, когда человек сам себе внушает определенные установки или состояния. Интересно, что массовая пропаганда часто стремится превратить внешнее внушение в аутосуггестию – довести до того, чтобы человек сам себе повторял нужные лозунги;

– по объекту аудитории: индивидуальное внушение – направлено на одного человека; массовое внушение – сразу на группу или массы людей⁴¹. Массовое внушение типично для политической коммуникации: митинги, агитационные речи, реклама – все это формы внушения, рассчитанные на коллективное восприятие.

Эта классификация важна для понимания, как именно используются внушающие техники. В контексте публичной коммуникации наиболее часто

⁴⁰ Ковалев С. В. Основы нейролингвистического. 160 с.

⁴¹ Кутуза Н. В. Воздействующий потенциал метапрограмм НЛП в политических слоганах // Экономика. Статистика и информатика. 2015. № 2. С. 32–36.

применяются вербальные косвенные внушения, рассчитанные на массового адресата. То есть политик или рекламодатель не приказывает напрямую («голосуй за меня немедленно!»), а непрямо внушает желаемую мысль через рассказ, образ, риторический прием. Такое внушение зачастую остается незаметным для самой аудитории, что повышает его эффективность.

Внушение обычно преследует цель вызвать у аудитории определенные состояния или побудить к нужным действиям⁴². Например, внушить избирателям уверенность в кризис – чтобы они не паниковали, или, наоборот, внушить тревогу – чтобы искали защиты у сильного лидера. Суть внушения в том, что, апеллируя к чувствам, можно воздействовать на разум и волю человека, направляя их в требуемую сторону⁴³. Внушенное через эмоции и образы содержание превращается во внутренние установки, которые слабо поддаются последующей коррекции логикой. Именно поэтому внушение иногда называют навязчивым воздействием: однажды укоренившись, внушенная идея действует как стереотип, автоматически влияя на поступки. Например, если через СМИ людям систематически внушали образ врага, у них формируется стойкая установка настороженности и негативизма по отношению к определенной группе – и переубедить их потом очень трудно, даже предъявляя факты.

В арсенале НЛП техники суггестии занимают особое место. Многие техники, по сути, являются способами обхода критического фактора и внесения нужного посыла в подсознание адресата. Классические примеры НЛП-суггестий – встроенные (скрытые) команды. Например, в речи можно незаметно «встроить» команду: «Я не говорю вам сейчас голосовать, вы сами примете решение...». Словосочетание «сейчас голосовать» акцентируется интонационно или паузами – и хотя формально говорящий «не приказывает», подсознание улавливает именно команду «сейчас голосовать». Подобные трюки были вдохновлены

⁴² Бехтерев В. М. Роль внушения в общественной жизни. Гипноз. Внушение. Телепатия. 265 с.

⁴³ Боденхаммер Б. Г. НЛП-практик: полный сертификационный курс. 266 с.

методами Милтона Эриксона, мастерство которого по косвенной суггестии легло в основу Милтон-модели НЛП (набор расплывчатых и метафорических языковых шаблонов для наведения транса и внушения).

Отдельно стоит отметить связь НЛП с гипнозом. Как упоминалось, одним из прототипов НЛП был гипнотерапевт Милтон Эриксон. Эриксон разработал технику мягкого, скрытого гипноза – через рассказ истории, метафоры, косвенные внушения – без формальных процедур вроде маятника и др. Бэндлер и Гриндер смоделировали эти приемы, создав эриксоновский гипноз как часть НЛП-инструментария. Поэтому в НЛП большое внимание уделяется трансовым состояниям – легкому измененному состоянию сознания, когда критичность снижена. Некоторые техники публичной речи явно нацелены на погружение аудитории в транс: монотонная ритмичная интонация, повторяющиеся фразы, риторические паузы, вызывающие у слушателей мечтательность или визуализацию. В таком состоянии люди становятся более внушаемыми. Раппорт тоже исторически пошел из гипноза: чтобы человека ввести в транс, гипнотизер сначала устанавливает тесный контакт. В широком смысле, всякое эффективное публичное выступление имеет элементы гипноза – завораживает аудиторию, переносит ее ум в другую реальность (например, через яркое повествование) и в этом состоянии внушает ключевые идеи.

В политической коммуникации техники внушения часто опираются на массовость воздействия – это подчеркивают российские исследователи. Так, Е. Г. Баранов отмечает феномены эмоционального заражения и подражания как ключевые механизмы массового внушения, когда реакция людей усиливается при совпадении настроений в группе⁴⁴. Кроме того, Д. А. Колмакова подчеркивает роль авторитета источника – лидер, медиа или другие значимые фигуры – утверждая, что чем выше уровень доверия, тем ниже сопротивление внушению.

⁴⁴ Баранов Е. Г. Информационно-психологическое воздействие: сущность и психологическое содержание // Национальный психологический журнал. 2017. № 1(25). С. 25–31.

Российские политтехнологи также активно культивируют имидж истинного автора⁴⁵. Этому способствует создание образа непогрешимого лидера, чьи слова воспринимаются некритично. Ещё один приём, выделяемый Ю. А. Шерковиным, – насыщение информационного поля однотипными посланиями: постоянное повторение идеи со всех сторон снижает бдительность и делает её восприятие естественным⁴⁶.

Суггестивный аспект НЛП играет ключевую роль в воздействии на массовое сознание. Через внушение НЛП-техники реализуют свое действие: будь то внушение доверия, страха, симпатии или потребности. Знание принципов внушения (снижение критичности, апелляция к чувствам, обход сознания) позволяет использовать его осмотрительно. В следующем разделе мы свяжем рассмотренные приемы НЛП с лингвистическими теориями, которые объясняют их работу, – а именно с ролью языковой структуры и значения в коммуникации (теории Хомского, Свядоша и др.).

1.4 НЛП и структура языка

НЛП зачастую описывают как прикладную лингвистику влияния, ведь оно фокусируется на том, как слова и грамматические конструкции воздействуют на мышление. Ричард Бэндлер и Джон Гриндер изначально подошли к коммуникации с позиций лингвиста (Гриндер) и программиста/математика (Бэндлер), стремясь «расшифровать код» эффективности речи. Они базировали свой анализ на ряде лингвистических концепций.

Генеративная грамматика Хомского. Ноам Хомский, один из крупнейших лингвистов XX века, обосновал идею, что любой языковой акт имеет два уровня: глубинный (семантический, логико-смысловой) и поверхностный (синтаксический, произносимый)⁴⁷. При формулировании высказывания человек

⁴⁵ Колмакова Д. А. Убеждение, принуждение и внушение, как основные методы, используемые правоохранительными органами // Вестник науки. 2024. № 1(70), т. 3. С. 269–273.

⁴⁶ Шерковин Ю. А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. М., 1973. 215 с.

⁴⁷ Антонов С. Н. Социология рекламы: учебно-методическое пособие. СПб., 2006. 164 с.

преобразует глубинную структуру (свою мысль) в поверхностную (конкретные слова и фразы) с помощью правил грамматики, при этом неизбежно теряя или искажая часть информации. Обратно, слушатель слышит поверхность и интерпретирует ее, восстанавливая для себя глубинный смысл – что тоже может быть неточным. Бэндлер и Гриндер применили эти идеи к практическому общению. Они заметили, что неэффективная коммуникация часто связана с тем, что говорящий употребляет слишком общие, неопределенные или искаженные поверхностные формулировки, и собеседник либо не понимает их, либо наделяет своим, неподходящим смыслом. Например, фраза «у меня ничего не выходит» – поверхностная структура с обобщением (ничего). Какой глубинный опыт за ней стоит? Через вопросы можно выяснить, что конкретно «не выходит» и при каких обстоятельствах – то есть восстановить глубинную структуру. Для этого и нужна Мета-модель, упомянутая ранее, – набор вопросов типа «что именно?», «кто конкретно?», «откуда ты знаешь?», которые привлекают внимание к упущенной или искаженной информации в речи собеседника. По сути, Мета-модель – это прикладное применение хомсковиянской идеи: она вытягивает глубинный смысл из поверхностной речи, исправляя «ошибки» трансформации. Обратный случай – Милтон-модель (названа в честь М. Эриксона): это сознательное использование расплывчатых, многозначных конструкций для внедрения идей (то есть умышленное оперирование поверхностными структурами, вызывающими у каждого свой глубинный образ, благоприятный для внушения). Таким образом, Хомский дал НЛП язык описания языковых процессов: понятия изъятия, обобщения, искажения информации в речи являются фундаментом лингвистического анализа НЛП. Эти явления неизбежны, но управляемы. НЛП учит распознавать их и либо устранять (если они мешают пониманию), либо использовать (если нужно создать неопределенность или направить мышление адресата).

Семантика и когнитивные модели. В дополнение к структурам языка, НЛП интересуется структура значения – как люди кодируют свой опыт словами. Здесь на арену выходит упомянутый принцип Коржибски «карта не равна

территории». Каждый говорящий создает свое словесное описание мира («карту»), опираясь на свой опыт. Эти карты субъективны и разнообразны. Лингвисты-когнитивисты (Дж. Лакофф, М. Джонсон и др.) вводят понятие фреймов и сценариев в языке: за любым словом стоят целые сети ассоциаций и предположений. Например, «дебаты» – это не просто «обмен мнениями», а целый фрейм с ролями (оппоненты, модератор, публика), правилами, ожидаемым накалом страстей и т.д. В НЛП понятие фрейма также используется: М. Мински определял фрейм как структуру знаний, схематизированное представление об объекте или ситуации. НЛП-шники поняли, что, меняя языковой фрейм, можно менять и восприятие ситуации (что и есть рефрейминг). В связке «язык – мышление» НЛП придерживается очень прагматичного подхода: значение слов оценивается не с точки зрения истинности, а с точки зрения эффекта на мысли и поведение человека. Например, метафора – это тоже фрейм, переносящий смысл из одной области в другую («страна – это семья», «нация – это единый организм» и т.д.). Такие метафоры могут сильно влиять на политическое мышление граждан. НЛП изучает и использует эти механизмы, опираясь на исследования семантики (Н.Д. Арутюнова и др. по типологии метафор, пресуппозиций и имплицатур). Стоит отметить вклад российских исследователей, таких как Е.И. Шейгал, изучавших политический дискурс как особую знаковую систему: Шейгал отмечала, что дискурс политиков насыщен манипулятивными языковыми средствами и опирается на сочетание текстов с контекстом, что отличает его от просто текста⁴⁸. Это резонирует с подходом НЛП, который тоже учитывает контекст речи: фраза, сказанная лидером на митинге, несет иной внушающий эффект, чем та же фраза, сказанная в личной беседе.

Концепция Свядоща – верификация информации. Хотя А.М. Свядощ был психиатром и писал о неврозах, его идеи важны для понимания границы между сознательным и внушаемым восприятием. Свядощ ввел понятие

⁴⁸ Горянина В. А. Преображение жизненных ситуаций: эффективные психосоциальные технологии. 400 с.

«верификационная концепция внушения»⁴⁹, согласно которой человеческий мозг всегда стремится проверять достоверность получаемой информации. Большая часть входящих сигналов автоматически фильтруется: мы мгновенно отбрасываем очевидно ложное, не обращаем внимания на несущественное. Только существенная и правдоподобная информация проходит дальше в сознание. Эта концепция объясняет, почему не каждое внушение срабатывает: мозг просто не примет то, что прямо противоречит его опыту⁵⁰. Для НЛП, на практике, это означает, что сообщение должно быть упаковано в приемлемую форму, иначе защита сработает. Эта же идея перекликается с понятием пресуппозиции в лингвистике: пресуппозиция – это скрытое предположение, которое слушатель должен принять, чтобы фраза имела смысл. В НЛП часто используют скрытые допущения для внушения. Например, фраза «Когда вы станете голосовать за X, подумайте о будущем» – содержит пресуппозицию, что человек будет голосовать за X. Сознание может не заметить этого и принять как данность. Но важно, чтобы внушаемое допущение не вызывало резкого протеста *заранее*, иначе раппорт разрушится. То есть НЛП-шник как бы балансирует: информацию подает так, чтобы верификационные фильтры пропустили нужные части. Данная концепция дополняет лингвистический подход тем, что напоминает: семантическое содержание сообщения должно быть понятным и допустимым для адресата, иначе воздействие на глубинные структуры не произойдет⁵¹.

Итоговая связь языка и мышления в НЛП исходит из того, что язык неразрывно связан с нервной системой: слова запускают нейронные процессы, которые формируют наши состояния и поведение. Языковые паттерны – это, по сути, нейропаттерны, и умелое обращение с ними позволяет перенастраивать психику. Эта идея находит подтверждение и в нейролингвистике (в научном смысле

⁴⁹ Бехтерев В. М. Роль внушения в общественной жизни. Гипноз. Внушение. Телепатия. 265 с.

⁵⁰ Эриксон М. Гипнотические реальности. Наведение клинического гипноза и формы косвенного внушения. 352 с.

⁵¹ Мокшанцев Р. И. Психология рекламы: учебное пособие. 230 с.

слова): исследования последних лет показывают, что метафоры, например, активируют те же зоны мозга, что и реальный опыт (метафора «теплый человек» активирует области, связанные с ощущением тепла). Для политического дискурса особенно важно понимание, что слова могут действовать как триггеры коллективных схем мышления. Например, Т.А. ван Дейк, исследователь критического дискурс-анализа, отмечал, что в политическом тексте нередко наиболее значимым является то, что не сказано напрямую, но подразумевается – пресуппозиции, умолчания. Это создает у аудитории иллюзию самостоятельных выводов, хотя рамки мышления заданы говорящим. Подобные механизмы активно используются в НЛП.

Таким образом, НЛП, хотя и не является академической лингвистической теорией, встроено в контекст современных представлений о языке. Его техники можно рассматривать как практическое применение принципов трансформационной грамматики (Мета-модель), семантики (работа с фреймами и метафорами), прагматики (пресуппозиции, импликатуры) и психолингвистики (внушение, восприятие речи). Структура языка для НЛП – это инструмент: понимание ее позволяет либо четче доносить мысли (когда нужна ясность), либо наоборот, скрывать мысли (когда нужно внушение).

В конце этого раздела уместно отметить, что НЛП тесно связано с идеей моделирования языка: описывая речевые шаблоны выдающихся коммуникаторов (как делали Бэндлер и Гриндер), мы можем учиться воспроизводить их эффекты. Так, Р. Дилтс в книге «Фокусы языка» (в др. переводах «Изменение убеждений с помощью НЛП») описал множество лингвистических паттернов, которые либо ограничивают субъективную реальность человека, либо расширяют ее. Если выявить, что человек сам себя ограничивает неким убеждением, можно с помощью особых фраз (фокусов языка) трансформировать это убеждение, предложив новую формулировку. По Дилтсу, реакцию человека на проблему можно изменить путем изменения его вербальных формулировок и восприятия – а значит, язык является ключом к изменению мышления. Эта мысль красной нитью

проходит через все НЛП. Нетрудно увидеть переключку с теориями отечественных психологов, например, Л.С. Выготского, который утверждал решающую роль слова в формировании высших психических функций.

Итак, мы рассмотрели, как лингвистические и психологические теории легли в основу НЛП. Следующий шаг – посмотреть, как НЛП проявляет себя в реальном публичном дискурсе, в частности в политической коммуникации. Мы увидим, что многие описанные техники НЛП де-факто используются политиками и рекламистами, иногда даже неосознанно, в силу естественных законов эффективной риторики.

1.5 Роль НЛП в политическом и публичном дискурсе

Публичный дискурс – это общение, происходящее в публичной сфере, рассчитанное на широкий охват аудитории и зачастую связанное с вопросами власти, общества, массового мнения. Политический дискурс является ключевой разновидностью публичного дискурса, к которому относятся выступления политиков, предвыборная реклама, дебаты, медийные тексты на политические темы и т.д. Для публичного (особенно политического) дискурса характерны определенные черты: наличие четких коммуникативных ролей (оратор – оппонент – аудитория), предопределенная жанрово-тематическая структура (например, формат интервью, пресс-конференции, митинга) и использование языковых средств с мощным манипулятивным потенциалом. Иными словами, политическая речь обычно целенаправленно сконструирована для влияния: каждое слово, интонация, пауза в ней – инструмент достижения риторической цели⁵².

НЛП, как набор техник влияния через коммуникацию, естественным образом вписалось в инструментарий публичного дискурса. Многие приемы, описанные в НЛП, либо изначально заимствованы из арсенала политиков и пропагандистов, либо наоборот – взяты на вооружение политтехнологами после их

⁵² Дилигенский Г. Г. Социально-политическая психология: Учеб. Пособие для высш. учеб. заведений. 304 с.

популяризации в НЛП-литературе. Рассмотрим, какую роль играют техники НЛП в политической коммуникации на практике.

Применение НЛП способствует формированию образа политика и установлению раппорта с аудиторией. Политик, выступающий перед народом, прежде всего стремится установить доверительный контакт – своеобразный массовый раппорт. Это достигается разными путями: кто-то старается говорить «простым языком» и даже на диалекте аудитории, чтобы показать «я свой» (вербальная подстройка под репрезентативные системы и лексику людей). Другие используют ритуалы и символы (поцеловать ребенка, поднять флаг) – своего рода кинестетические и визуальные якоря, усиливающие связь с коллективным бессознательным избирателей. Подстройка и ведение – фундаментальный принцип НЛП – заметны, например, в ораторском стиле Барака Обамы: он умел «идти в ногу» с настроением зала (говорил медленно и мягко, когда толпа была напряжена, и ускорялся, повышал громкость, когда люди воодушевлялись), тем самым он и отражал состояние публики, и постепенно вел ее к нарастанию энтузиазма. Это классический паттерн из НЛП, широко используемый тренерами и политиками. Выстраивая раппорт, лидер снижает критичность аудитории – ему доверяют, а значит внушения проходят легче.

Техники НЛП способствуют эффективному использованию языковых внушений (суггестии) в политической речи. Политический дискурс изобилует косвенными внушениями⁵³. Рекламные слоганы часто строятся как императивы или пресуппозиции. Например: «Вместе мы победим!» – прямая внушающая команда к объединению и вере в победу. Или: «Когда мы придем к власти, порядок восстановится» – здесь предполагается, что «мы придем к власти» (скрыто внушается неизбежность победы). Политические лозунги нередко обходят рациональную аргументацию и бьют прямо по эмоциям: «Защитим Родину!», «Даешь перемены!». Это прямое внушение группового действия, апеллирующее к

⁵³ Бехтерев В. М. Роль внушения в общественной жизни. Гипноз. Внушение. Телепатия. 265 с.

чувствам патриотизма или недовольства. На митингах работает эффект массового внушения: синхронные выкрики толпы («Ура!», «Позор!») служат якорями, усиливающими заданное эмоциональное состояние. Рефрейминг – излюбленная техника в политических спорах: оппоненты постоянно переобрамляют идеи друг друга. Например, политика экономии бюджетных средств одна сторона называет «оптимизацией и рационализацией», а другая – «урезанием социальных гарантий». По сути, идет борьба фреймов; чья языковая рамка будет принята публикой, тот и выиграл. Этот фреймовый поединок – отражение применения НЛП-техники рефрейминга на практике, даже если участники его не называют так⁵⁴.

Техники НЛП, такие как «якорение», эффективно используются в агитации. Как ранее было отмечено, политическая реклама широко использует визуальные и аудиальные якоря: гимны партий, слоганы, логотипы, образы лидеров. Они повторяются многократно, чтобы прочно связаться в сознании с определенными эмоциями. Успешная кампания – это фактически создание системы якорей: например, портрет кандидата + определенный цвет (скажем, оранжевый) + музыка в ролике = у избирателя вызывает чувство надежды и обновления. Конкуренты, наоборот, стремятся навязать негативные якоря друг на друга: классический пример – кампания против М.Дукакиса в США (1988), когда имя кандидата Демократов якорилось с образом преступника Вилли Хортона («эффект Вилли Хортона») – избирателям постоянно показывали ролики об этом преступнике на свободе при губернаторе Дукачисе. В результате фамилия Дукачиса стала вызывать страх и негодование – типичное негативное якорение в политической рекламе. Ещё пример: повторение мантры «Crooked Hillary» (Хиллари – лгунья) Дональдом Трампом в 2016 – словосочетание стало якорем, который мгновенно вызывал у его сторонников недоверие к оппонентке. Как отмечают аналитики, постоянное повторение простых фраз в терминах НЛП, это и есть

⁵⁴ Сеймур Дж. Введение в нейролингвистическое программирование. М., 2008. 288 с.

установка мощных якорей, запускающих нужное состояние (в данном случае – презрение к сопернику).

Метапрограммный таргетинг используется для точной настройки агитационного послания в соответствии с типом мышления и мотивации аудитории. Современные политконсультанты все чаще используют данные психометрии и биг-дата для настройки сообщений под когнитивные профили разных групп – по сути, под их метапрограммы. Например, избирателям с метапрограммой страха (ориентированным «от проблем») адресуют месседжи, фокусирующиеся на угрозах и необходимости обороны (риторика порядка, стабильности, защиты от внешних врагов). А тем, кто мотивирован достижением («к цели»), говорят об экономическом росте, прогрессе, новых возможностях. То есть подсознательно разделяют аудиторию и дают каждой группе тот фрейм, который соответствует их внутренним программам. Такой подход стал известен после выборов 2016 года (скандал с Cambridge Analytica): профили миллионов людей были использованы для формирования индивидуализированной рекламы – кто-то видел в ленте посты о преступности (если он тревожен), кто-то о новых рабочих местах (если он оптимист развития). Это, конечно, не называлось НЛП, но концептуально близко к работе с метапрограммами и репрезентативными системами. В менее технологичном выражении, опытный оратор на дебатах часто меняет стиль обращения в зависимости от аудитории: к бизнесменам – один язык (цифры, выгоды, рациональные аргументы), к молодежи – другой (эмоции, идеалы, сленг), к старшему поколению – третий (апелляция к стабильности, ценностям, возможно медленнее темп речи). Фактически, он переключает коммуникативные метапрограммы под нужную аудиторию.

Техники НЛП также позволяют использовать дискурс как средство манипуляции сознанием аудитории. Т. ван Дейк в работе «Язык. Познание. Коммуникация» и других исследованиях разбирал стратегии дискурсивной

манипуляции⁵⁵. Он отмечал, что манипуляция – это форма злоупотребления властью, когда получатель не осознает скрытых целей сообщения. Одно из важнейших свойств политического дискурса – имплицитность, когда значимые послы не произносятся явно. Это могут быть пресуппозиции (скрытые допущения) или умолчания, заставляющие аудиторию додумывать. Например, фраза политика: «Как и вы, я возмущен тем, что происходит» – явно не говорит, кто виноват, но подразумевает наличие некоего возмутительного субъекта; слушатели сами могут подставить нужного «врага». Такие недосказанности – мощное оружие: они минуют прямое утверждение (за которое можно было бы спросить) и сразу поселяются в мыслях людей виде предположений или выводов, которые они как будто сделали сами. НЛП учит использовать непрямой язык (это же основа милтон-модели), и политический дискурс изобилует примерами. Так, вместо прямой лжи часто употребляют эвфемизмы или смягченные формулировки, которые, по сути, рефреймят реальность: не «сокращение бюджета», а «оптимизация расходов», не «война», а «военная операция», не «пропаганда», а «информационная политика». Это все лингвистические паттерны воздействия на мышление, хорошо понятные через призму НЛП.

Таким образом, НЛП в публичном дискурсе служит инструментом психологического воздействия. Политический язык всегда был манипулятивным, но НЛП его систематизировало и формализовало в виде техник. Многие учебники по рекламе, PR, ораторству ссылаются на приемы НЛП. К примеру, Е.И. Шейгал в «Семиотике политического дискурса» и В.П. Шейнов в «Психотехнологиях влияния» разбирают конкретные приемы речевого воздействия, которые по сути являются НЛП-практиками, хотя могут называться иначе. Важно отметить, что этический аспект применения НЛП в политике весьма спорный. Когда избирателя не убеждают фактами, а внушают ему убеждения скрыто – это ставит вопрос об осознанности его выбора. С другой стороны, сторонники НЛП утверждают,

⁵⁵ Бехтерев В. М. Роль внушения в общественной жизни. Гипноз. Внушение. Телепатия. 265 с.

что их техники – это всего лишь усилители коммуникации, которые сами по себе нейтральны, а моральный знак приобретает только цель, ради которой они применяются.

Выводы по первой главе

Нейролингвистическое программирование представляет собой сложную и многогранную систему, возникшую на стыке лингвистики, психологии и нейронаук. Его истоки уходят в практику моделирования эффективных коммуникативных стратегий, а концептуальные основы опираются на такие авторитетные теории, как трансформационная грамматика Хомского, общая семантика Коржибски и концепция внушения Свядоща и Бехтерева. НЛП изначально разрабатывалось как технология изменения поведения и восприятия за счёт точного анализа и перенастройки языковых и когнитивных паттернов. В рамках главы были рассмотрены ключевые понятия НЛП – репрезентативные системы, метапрограммы, рефрейминг, раппорт, якорение – и продемонстрировано, как они позволяют выстраивать более эффективную, гибкую и целенаправленную коммуникацию. В совокупности изложенные идеи подтверждают, что НЛП не только практическая методология, но и своеобразный инструмент влияния, позволяющий управлять восприятием и поведением через язык.

2 АНАЛИЗ ПРАКТИКИ ПРИМЕНЕНИЯ НЛП

Для анализа применения на практике техник нейролингвистического программирования были выбраны четыре известных российских политика – Д. Песков (пресс-секретарь Президента Российской Федерации), С. Лавров (министр иностранных дел Российской Федерации), М. Мишустин (Председатель Правительства Российской Федерации), С. Собянин (мэр города Москвы). Выбор политиков обусловлен их высоким уровнем узнаваемости и значительным влиянием в российском политическом пространстве согласно рейтингу Агентства политических и экономических коммуникаций (АПЭК) по итогам 2024 года⁵⁶.

В исследовании были рассмотрены реализуемые на текстовом уровне приемы нейролингвистического программирования, такие как подстройка, использование различных фреймов, рефрейминга, трюизмов, метамодельных вопросов и техники Милтона Эриксона. Источником материала для анализа выступили официальные выступления и интервью политиков, опубликованные в ведущих российских СМИ до 2025 года. Материал был собран методом сплошной выборки и включает преимущественно тексты устной коммуникации (выступления, пресс-конференции, интервью), поскольку такие высказывания спонтанны и позволяют лучше выявить естественные и не всегда осознаваемые коммуникативные приемы. Однако часть материалов представлена и письменными текстами, которые являются заранее подготовленными и продуманными, следовательно, использование приёмов НЛП в таких текстах следует рассматривать как осознанное и целенаправленное.

В конце главы представлены выводы, характеризующие стиль коммуникации каждого из политиков и включающие комментарий относительно преобладающих типов текстов (устных или письменных) в используемом материале.

⁵⁶ Рейтинг влияния глав субъектов РФ. Российские регионы и региональная политика в октябре 2024 г. [Электронный ресурс]. URL: http://www.apecom.ru/articles/?ELEMENT_ID=9497&ysclid=mbyrqg90ym172419877 (дата обращения: 25.12.2024).

2.1 Техника подстройки

В публичных выступлениях российских политиков часто прослеживается использование техники «пейсинг-лидинг», заключающейся в установлении раппорта с аудиторией через разделение её ценностей, а затем в изложении собственной позиции.

Например, комментируя допинговый скандал, Дмитрий Песков заявил: «Конечно, мы сожалеем в этой связи. Вместе с тем, не нужно эту ситуацию проецировать на весь российский спорт».

Анализ: Песков использует данную технику, начиная с выражения сожаления, что соответствует общественному осуждению допинга. Это создает раппорт с аудиторией, разделяющей ценности честного спорта. Затем он переходит к утверждению, что проблема касается отдельных случаев, а не всей системы, тем самым смещая фокус с системной проблемы на индивидуальные инциденты. Такой подход позволяет Пескову одновременно продемонстрировать сочувствие и защитить репутацию российского спорта, минимизируя восприятие допинга как системной проблемы.

Выступая на просветительском марафоне «Знание. Первые» в 2023 году, Дмитрий Песков обратился к молодёжи: «Значит, вы ищете взаимной выгоды из этого общения, взаимного обогащения духовного, материального. Значит, вы готовы уважать и любить друг друга. Именно такими мы видим отношения между людьми. И если совсем все упростить, то такими же мы видим и отношения между государствами».

Анализ: Песков тем самым резонирует с ценностями аудитории (уважение, взаимопонимание) – это подстройка к ценностям – и связывает их с позицией России о взаимовыгодных отношениях между странами. Подобная техника подстройки усиливает доверие к говорящему: сначала он демонстрирует разделение базовых ценностей слушателей, показывая «мы свои», и лишь потом излагает официальную точку зрения.

Премьер-министр Михаил Мишустин в своих выступлениях подчёркивает приоритеты, близкие широкой аудитории: заботу о семьях, развитие экономики и создание возможностей для бизнеса. Он заявлял: «Глава государства определил приоритеты нашей работы. Это забота о семьях и детях. Развитие экономики и создание возможностей для бизнеса».

Анализ: такое вступление резонирует с базовыми потребностями граждан, создавая ощущение общности целей. Затем Мишустин переходит к изложению конкретных мер правительства, направленных на достижение этих целей, например, реализация национальных проектов и развитие инфраструктуры.

Министр иностранных дел Сергей Лавров часто использует риторику, апеллирующую к чувству справедливости и национального достоинства. В одном из выступлений он отметил: «В спорте большинство атлетов считают аномалией отношение к России».

Анализ: Лавров сначала разделяет обеспокоенность аудитории по поводу несправедливого отношения к стране, а затем переходит к изложению позиции России на международной арене, подчеркивая необходимость уважения к национальным интересам.

Мэр Москвы Сергей Собянин в своих заявлениях акцентирует внимание на вопросах безопасности и социальной стабильности, что близко жителям мегаполиса. Он выражал обеспокоенность формированием мононациональных кварталов, заявляя: «Существует опасность формирования в Москве мононациональных кварталов, которые превратятся в „гетто“ и источник социальной нестабильности».

Анализ: подобные заявления сначала отражают обеспокоенность аудитории по поводу социальной гармонии, а затем Собянин предлагает конкретные меры, такие как ужесточение контроля за нелегальной миграцией, для обеспечения стабильности и порядка в городе.

В риторике российских политиков техника полимодальной подстройки – использование различных сенсорных каналов восприятия (зрения, слуха и др.) – применяется для установления более глубокого контакта с аудиторией.

В эфире телеканала «Россия 24» 18 декабря 2024 года, комментируя новый пакет антироссийских санкций ЕС, Песков заявил: «Вы видите, что на протяжении почти трёх лет вот этого санкционного марафона в итоге мы имеем фактически стагнацию в Европе и достаточно высокий для нас темп развития нашей экономики».

Анализ: использование фразы «Вы видите» обращается к зрительной модальности восприятия, предполагая, что аудитория может самостоятельно наблюдать и оценивать экономическую ситуацию. Это создаёт эффект непосредственного восприятия и усиливает доверие к озвучиваемой информации. Таким образом, Песков не только информирует, но и вовлекает аудиторию в процесс анализа, что способствует установлению раппорта и укреплению его позиции.

В контексте допингового скандала вокруг фигуристки Камилы Валиевой, 10 февраля 2022 года Песков отметил: «Вы слышали заявление МОК, нам здесь что-то говорить нет никакого смысла. Ориентируемся на МОК, желаем нашим спортсменам, в том числе Валиевой, только золотых наград».

Анализ: здесь Песков использует фразу «Вы слышали», обращаясь к слуховой модальности восприятия. Это подчёркивает, что аудитория уже ознакомлена с позицией Международного олимпийского комитета (МОК), и дополнительное комментирование со стороны Кремля излишне. Такой подход позволяет Пескову дистанцироваться от обсуждения спорной темы, сохраняя нейтралитет и подчёркивая уважение к международным институтам.

На просветительском марафоне «Знание. Первые» в рамках Всемирного фестиваля молодежи 2024 года Дмитрий Песков обратился к участникам с речью, в которой подчеркнул важность взаимного уважения и любви между людьми: «Мы всегда рады видеть вас с нами. Если вы все здесь, значит, готовы слушать других: других сверстников, людей из других стран, религий, традиций,

национальностей. Значит, вы ищете взаимной выгоды из этого общения, взаимного обогащения духовного, материального. Значит, вы готовы уважать и любить друг друга. Именно такими мы видим отношения между людьми».

Анализ: в этом отрывке Песков использует эмоционально-кинестетические термины, такие как «уважать» и «любить», а также упоминает «духовное обогащение». Использование полимодальных метафор, таких как «слушать других», «взаимное обогащение», «уважать и любить друг друга», охватывает различные сенсорные категории, что способствует более широкому восприятию общения аудиторией с разными типами восприятия.

Премьер-министр Михаил Мишустин в своих выступлениях часто использует выражения, апеллирующие к зрительной и осязательной модальностям. Например, в отчете о работе правительства он отмечал: «Мы начали свою работу исходя из пяти базовых ценностей. Первая – выстраивать все сервисы государства вокруг потребностей людей».

Анализ: здесь фраза «выстраивать все сервисы» вызывает у аудитории визуальные и тактильные ассоциации, позволяя представить процесс создания и настройки государственных услуг. Такое использование полимодальной подстройки помогает Мишустину не только информировать, но и вовлекать аудиторию в процесс восприятия и осмысления управленческих решений.

Министр иностранных дел Сергей Лавров в своих выступлениях часто обращается к слуховой модальности восприятия. Например, в интервью он отметил: «Слышал то же самое, что и Вы. Он выступает за мир, за прекращение помощи. Мы можем это только приветствовать».

Анализ: использование фразы «Слышал то же самое, что и Вы» создает ощущение общности восприятия и понимания ситуации, укрепляя доверие аудитории. Таким образом, Лавров использует слуховую модальность для установления раппорта с аудиторией, подчеркивая совместное восприятие и оценку международных событий.

Техника подстройки выполняет функцию установления доверительного контакта с аудиторией за счёт демонстрации понимания её ценностей, эмоций и способов восприятия, что позволяет оратору плавно перейти к убеждению, аргументации собственной позиции и её принятию слушателями. В целом, техника подстройки – это способ психологического выравнивания между оратором и слушателем, который позволяет снизить критичность восприятия, усилить доверие и эффективнее донести ключевые сообщения.

2.2 Паттерны Милтон-модели

Дмитрий Песков зачастую применяет характерные приёмы Милтон-модели – речевые конструкции с неопределённостями и обобщениями, которые позволяют избежать конкретики и внушить нужное без прямых утверждений.

Дмитрий Песков, комментируя обвинения в адрес России в интервью телеканалу ABC News (апрель 2017 года) заявил следующее: «Русские хакеры в каждом холодильнике, в каждом утюге и так далее. Но это не так. Это фейковые новости и клевета».

Анализ: в этом высказывании Песков использует гиперболу, утверждая, что «русские хакеры в каждом холодильнике, в каждом утюге». Это явное преувеличение служит для того, чтобы подчеркнуть абсурдность обвинений в адрес России. Такой прием характерен для Милтон-модели, где гиперобобщения используются для усиления эмоционального воздействия на слушателя. Затем Песков опровергает это утверждение, называя его «фейковыми новостями и клеветой», что усиливает его позицию и вызывает сомнение в достоверности подобных обвинений.

Комментируя отношение к России в интервью газете «Комсомольская правда» (январь 2014 года), Дмитрий Песков сказал: «Сильных, успешных, богатых и здоровых не всегда любят».

Анализ: здесь Песков делает обобщенное утверждение, что «сильных... не всегда любят», не уточняя, кто именно не любит. Такое неопределенное обобщение типично для Милтон-модели и позволяет слушателю самостоятельно

интерпретировать и согласиться с высказыванием, основываясь на личном опыте или убеждениях. Это создает эффект согласия и укрепляет доверие к говорящему.

В октябре 2020 года, выступая на заседании правительства, Михаил Мишустин заявил: «К сожалению, фактор неопределенности сохраняется, и объявлять о полной победе над коронавирусом рано. Ситуация достаточно сложная».

Анализ: в этом высказывании Мишустин использует неопределённые формулировки, такие как «фактор неопределенности» и «ситуация достаточно сложная», без конкретизации причин или последствий. Это позволяет избежать точных утверждений и оставляет пространство для интерпретации, что характерно для Милтон-модели. Такие обобщения создают впечатление осведомлённости и контроля, одновременно снижая возможность критического анализа со стороны слушателя.

2 февраля 2023 года в интервью телеканалу «Россия 24» министр иностранных дел России Сергей Лавров заявил: «Я за мир однозначно. Я не помню, кто сказал: «Хочешь мира – готовься к войне». Я не разделяю эту философию. Я разделяю мысль, которую я бы сформулировал так: «Хочешь мира – будь готов всегда себя защищать».

Анализ: Лавров использует неопределённую ссылку на источник цитаты («не помню, кто сказал»), что позволяет ему дистанцироваться от оригинального высказывания и представить свою интерпретацию как более приемлемую. Фраза «будь готов всегда себя защищать» является обобщённой и может быть интерпретирована по-разному, в зависимости от контекста. Такой подход соответствует приёмам Милтон-модели, позволяя влиять на восприятие слушателя без прямых утверждений.

В интервью газете «Аргументы и факты» в октябре 2022 года Сергей Собянин заявил: «Развиваясь, надо всегда помогать другим, особенно тем, кто находится в экстремальной ситуации. И там, где есть приоритет для государства, для людей, для страны».

Анализ: в данном высказывании Собянин использует обобщённые формулировки, такие как «развиваясь», «помогать другим», «экстремальная ситуация», не уточняя конкретных примеров или деталей. Такие неопределённые выражения позволяют слушателю самостоятельно интерпретировать смысл сказанного, что характерно для приёмов Милтон-модели. Это создаёт эффект согласия и укрепляет доверие к говорящему, поскольку каждый может соотнести высказывание с собственными убеждениями или опытом.

Комментируя слова Путина про чиновников, которые могут «рыскать глазами», Песков заявил: «Власть меняется, происходит постоянный процесс ротации, и не замечать этого было бы неверно».

Анализ: Песков применяет скрытое внушение: «не замечать... было бы неверно». Фактически он указывает, что правильно – это замечать сменяемость власти (хотя многие сомневаются в ней). Формулировка через отрицание (не замечать = неверно) – тонкая внушающая конструкция: слушателю предлагается самому согласиться, что власть всё-таки сменяется. Это напоминает Милтон-метод внедрения идеи без прямого утверждения.

В речи Пескова часто встречается безличность: «мы констатируем», «наблюдается», «возвращаются атрибуты холодной войны» (пример из контекста санкций) – всё это утраченный перформатив, важный элемент Милтон-модели.

Выражение «Это не наше дело...» – безличное «это», уход от конкретного субъекта, тоже часть Милтон-модели. Такие конструкции позволяют Пескову делать сильные заявления («хамство», «мании» и т.д.), не вызывая открытой конфронтации – ведь формально не он лично оскорбляет или оценивает, а «просто констатируется факт».

Фразы вроде «как говорят» вставляют неопределённый источник мнения – тоже Милтон-приём: ссылка на неопределённый авторитет. В итоге создаётся впечатление объективности и неизбежности слов Пескова.

2.2.1 Трюизмы

Песков активно использует в речи трюизмы – банальные, очевидные истины, с которыми невозможно не согласиться, чтобы затем на их фоне продвинуть нужную мысль. Например, отвечая на вопросы журналиста ВГТРК Павла Зарубина от 13 июля 2024 года, Песков сказал: «Мы уже все это проходили. Это все уже было».

Анализ: утверждая очевидное («все уже было» про возвращение атрибутов холодной войны), он добивается кивка аудитории – действительно, история циклична. А дальше из этого трюизма (неявно) вытекает: новые санкции – это тупое повторение прошлого, не несут ничего нового.

Подобная риторическая стратегия характерна не только для представителей внешнеполитического блока, но и для высших должностных лиц, занимающихся внутренней повесткой. Трюизмы становятся универсальным инструментом, создающим у аудитории иллюзию консенсуса и моральной очевидности высказываний.

Так, на заседании правительства 9 февраля 2021 года Михаил Мишустин сказал: «Наша главная задача – это забота о людях».

Анализ: подобные утверждения представляют собой классический трюизм – кто будет спорить с тем, что государство должно заботиться о гражданах? Это создает атмосферу моральной очевидности и «заботливости» власти. На фоне этой фразы уже легче воспринимаются любые последующие заявления: например, о цифровизации госуслуг, усилении контроля за мерами поддержки или перераспределении бюджетных расходов – как будто всё это делается исключительно «ради людей».

Аналогичный прием Мишустин использует и позже: на расширенном заседании правительства 18 января 2025 года он заявил: «Нам нужно обеспечивать устойчивость экономики и защищать интересы граждан».

Анализ: утверждение само по себе бесспорно – кто не согласится с тем, что государство должно заботиться о стабильности и благосостоянии? Этот трюизм,

произнесённый с деловым акцентом, создает фон рациональности и необходимости. А далее на этой базе вводятся конкретные меры – от повышения контроля над ценами до бюджетных перераспределений – уже как «само собой разумеющееся».

Эта логика согласия, построенная на бесспорных формулировках, активно применяется и в международной риторике. Так, в интервью каналу «Россия 24» 14 декабря 2014 года Сергей Лавров заявил: «Никто не заинтересован в конфронтации».

Анализ: фраза звучит как универсальная истина, призванная снять напряжение и показать рациональность позиции говорящего. Конечно, конфронтации не хочет никто – и эта мысль вызывает автоматическое согласие. Однако за этим трюизмом скрыта дипломатическая уловка: любые агрессивные действия России в тот момент – например, по отношению к Украине или НАТО – подаются как вынужденные меры, направленные вовсе не на эскалацию, а наоборот, на избежание конфронтации. Это перестановка причин и следствий, замаскированная под здравый смысл.

В интервью 7 февраля 2025 года Сергей Лавров сказал: «У каждой страны есть право отстаивать свои национальные интересы».

Анализ: это универсальное дипломатическое утверждение, оспаривать которое невозможно – оно звучит как аксиома международных отношений. Но сказанное в контексте действий России на постсоветском пространстве, оно подменяет обсуждение спорных инициатив, придавая им легитимность и даже моральную обоснованность: мол, мы просто делаем то, что делают все.

В интервью «Коммерсанту» 30 августа 2013 года Сергей Собянин сказал: «Москва должна быть удобной для жизни».

Анализ: утверждение не вызывает сомнений – разумеется, столица должна быть комфортной. Это – трюизм, позволяющий без лишних вопросов переходить к описанию масштабных программ: благоустройство улиц, реконструкция районов, переселение из пятиэтажек. Всякий, кто попытается критиковать отдельные

аспекты этих программ, автоматически оказывается в позиции «против удобства», ведь базовый посыл уже принят аудиторией как аксиома.

В обращении к москвичам по поводу благоустройства 12 мая 2025 года Сергей Собянин отметил: «Комфортная городская среда важна для качества жизни каждого человека».

Анализ: звучит как здравый смысл – сложно спорить, что благоустроенный город полезен. Этот трюизм мобилизует общественное одобрение, после чего на его основе легитимизируются масштабные проекты благоустройства, даже если они связаны с неудобствами, сносами или спорными тратами. Кивок аудитории уже получен – значит, всё, что под этим подписано, вроде бы тоже очевидно и верно.

Порой Песков употребляет почти пословичные обороты. Комментируя позицию Европы в интервью «Москва. Кремль. Путин» от 26 февраля 2025 года, Песков заявил: «Время покажет, как будет трансформироваться позиция Европы...».

Анализ: «время покажет» типичная поговорка, трюизм о том, что будущее неизвестно и всё станет ясно со временем. Она используется, чтобы не отвечать на прямой вопрос, но звучит мудро и неоспоримо – никто не станет спорить с «время покажет». Такая фраза усыпляет бдительность: журналист уходит без прямого ответа, но вроде и не с пустыми руками – сама жизнь рассудит.

Коммуникативная функция паттернов Милтон-модели заключается в не-прямом воздействии на сознание аудитории через обобщения, неопределённости, трюизмы и внушающие конструкции, что позволяет оратору избегать прямых утверждений, сглаживать острые углы и внедрять нужные смыслы без сопротивления слушателя. Паттерны Милтон-модели позволяют политикам управлять восприятием без конфронтации, навязывать интерпретации, не озвучивая их напрямую, и создавать у аудитории ощущение, что она сама пришла к нужному выводу. Это мощный инструмент формирования общественного мнения в мягкой, внушающей форме.

2.3 Группирование

Песков умеет переводить разговор на более высокий уровень обобщения, когда это выгодно. В интервью французскому изданию Point, Песков заявил – «Это чисто коммерческий вопрос, который мы никогда не политизировали».

Анализ: Песков одновременно уводит разговор к принципу группирования: конкретную ситуацию (потенциальный контроль газопровода) он обобщает до принципа (разделение коммерции и политики). Такое переопределение уровня обсуждения позволяет акцентировать удобные аспекты.

Подобный технику используют и другие государственные деятели, стремясь представить частные проблемы как проявление более общих процессов и тем самым сместить фокус внимания.

Выступая в Госдуме с отчетом о работе правительства (май 2021 года), Михаил Мишустин сказал следующее: «Людям хочется жить в нормальной экологической обстановке, и у нас есть все инструменты для эффективного выполнения этой задачи».

Анализ: Мишустин обобщает конкретные экологические проблемы, такие как заброшенные опасные объекты, до общего стремления граждан к нормальной экологической обстановке. Он утверждает, что правительство обладает необходимыми инструментами для решения этих задач, тем самым переводя обсуждение на более высокий уровень обобщения.

Тот же риторический ход применяет и мэр Москвы Сергей Собянин. В интервью изданию «Ведомости», от 15 августа 2011 года Собянин заявил: «Главной проблемой Москвы я считаю градостроительные ошибки – переуплотнённость, концентрацию офисов и торговых зданий в центре».

Анализ: Собянин обобщает конкретные проблемы городской инфраструктуры до уровня градостроительных ошибок. Он применяет приём группирования, переводя обсуждение на более высокий уровень, чтобы подчеркнуть необходимость системных решений в градостроительной политике.

Иногда Песков одновременно обобщает и противопоставляет группы, чтобы задать выгодный контекст. «Мы не будем присоединяться к этому стройному ряду кричалщиков, – сказал Песков журналистам в ходе пресс-колла.

Анализ: всех критикующих (будь то СМИ, зарубежные комментаторы) он группирует уничижительно как «стройный ряд кричалщиков», от которых мы (Кремль) отмежовываемся. Образ «стройного ряда» – это группирование оппонентов в единый негативный фронт, что позволяет одним махом дискредитировать всех.

Подобная стратегия противопоставления наблюдается и в риторике других представителей власти. Так, в интервью корреспондентам «Ъ» от 14 апреля 2025 года Сергей Лавров, «раскрывая глаза» на закулисы международной политики, сказал: «У нас есть очень мощная группа в нашем общественном мнении, включая лидеров общественного мнения, которые считают, что отмена санкций будет губительна. Потому что те, кто характеризуется как либеральные круги, чиновники либеральных взглядов, они тут же постараются обязательно свернуть все те достижения по импортозамещению, по суверенизации нашей экономики...».

Анализ: Лавров противопоставляет две группы: «мощную группу» общественного мнения, поддерживающую текущий курс, и «либеральные круги», которые, по его мнению, могут подрвать достижения в области импортозамещения и суверенизации экономики. Такое противопоставление позволяет дискредитировать оппонентов и укрепить позиции сторонников действующей политики.

Похожим образом выстраивает риторическую конструкцию и премьер-министр Михаил Мишустин. В ежегодном отчете перед депутатами Государственной Думы РФ от 27 марта 2025 года, Мишустин заявил: «В условиях внешних ограничений необходимо действовать максимально активно, расширять собственные компетенции, промышленную базу...».

Анализ: Мишустин противопоставляет внешние ограничения и внутренние возможности. Он акцентирует внимание на необходимости активных

действий внутри страны, несмотря на внешние вызовы. Это создаёт образ сплочённого общества, способного преодолевать трудности без оглядки на внешние факторы.

Элемент противопоставления прослеживается и в региональной риторике. Выступая на V Общероссийском гражданском форуме в Москве (25 ноября 2017 года), Сергей Собянин сказал следующее: «Москва – это не чёрная дыра, которая втягивает в себя таланты и финансы. Это драйвер экономики и локомотив России во многих направлениях».

Анализ: Собянин противопоставляет Москву остальной части России, представляя столицу как двигатель экономического развития страны. Такое противопоставление подчёркивает значимость Москвы и оправдывает концентрацию ресурсов и внимания на её развитии, что может восприниматься как пренебрежение к другим регионам.

Коммуникативная функция техники группирования заключается в переводе разговора с конкретного уровня на более высокий уровень обобщения с целью контроля рамки восприятия и смещения акцентов дискуссии в удобное для говорящего русло. Техника группирования позволяет политикам переключать внимание аудитории, избегать острых конкретных вопросов, формировать нужные смысловые рамки и укреплять восприятие своей позиции как системной, рациональной и поддерживаемой «многими». Это важный инструмент когнитивного контроля над восприятием и интерпретацией политического дискурса.

2.4 Якорение

С другой стороны, Песков может привязать позитивные образы к власти. Общаясь с журналистами в июне 2020 года, Песков о госслужащих: «Люди, которые приходят на государственную службу, руководствуются гораздо более высокими соображениями. Это работа на государство, это служение Родине».

Анализ: Песков использует сакральное слово «Родина» – мощный патриотический якорь, вызывающий уважение. В контексте дискуссии о сменяемости

власти эта фраза якорит госслужбу (и косвенно – действующее руководство) к благородному понятию служения Отечеству.

В некоторых цитатах Песков прямо называет президента или Россию «надёжным»: «Газпром – надёжный поставщик... Россия всегда надёжно выполняла...».

Анализ: путём повторения слова «надёжный» он стремится закрепить за Россией якорь надежности, чтобы в сознании слушателей увязать любые её обязательства с образом стабильности и порядочности.

Отвечая на вопрос журналиста издания «ТАСС» от 11 сентября 2024 года, Песков заявил: «Нет, мы были, остаемся и, я уверен, будем очень близкими союзниками и партнерами с Арменией».

Анализ: здесь применяется классическая риторическая формула. Повтор различными временами слова «надёжный» – это множественная якорная привязка: в прошлом, настоящем, будущем – всегда надёжный. Такой ритмический повтор служит вербальным якорем, он хорошо запоминается, убеждает на эмоциональном уровне. Точно так же формула «был, есть и будет» использовалась и в других контекстах. Для слушателя такая конструкция звучит весомо, аксиоматично – и ключевое качество (надёжность, принадлежность и пр.) закрепляется прочно.

Аналогичное высказывание вызвал премьер-министр Михаил Мишустин в ходе выступления в Госдуме с отчетом о работе правительства за 2021 год: «Закрыть одну седьмую часть суши невозможно, – заявил Мишустин. – Россия была, есть и будет».

Анализ: фраза «Россия была, есть и будет» представляет собой классическую риторическую формулу, основанную на повторении ключевого слова в разных временных формах. Такой приём создаёт эффект «якорения» – он закрепляет в сознании аудитории представление о неизменности и устойчивости объекта (в данном случае – России) во времени. Подобная конструкция придаёт высказыванию аксиоматичность и эмоциональную убедительность, что особенно

эффективно в политических речах, направленных на укрепление национального единства и патриотизма.

Коммуникативная функция описанной техники – якорения – заключается в создании прочных ассоциативных связей между позитивными понятиями (такими как «Родина», «надёжность», «служение») и объектами политической риторики (властью, государством, лидером, союзниками). Это делается с целью эмоционального убеждения, усиления лояльности и укрепления доверия к этим объектам. Данная техника способствует формированию у аудитории автоматического доверия и поддержки, без необходимости рациональной аргументации.

2.5 Фреймы

В выступлениях Пескова (а также других официальных лиц – Мишустина, Лаврова, Собянина) системно прослеживается использование различных фреймов, структурирующих восприятие информации. Один из наиболее устойчивых – временной фрейм, позволяющий управлять ожиданиями, переосмысливать события через длительную перспективу, либо напротив – вызывать ощущение срочной реакции.

Так, Песков часто апеллирует ко времени, откладывая обсуждение («время покажет», «пока преждевременно говорить») или подчеркивая длительность процессов («история долгая»). Например, комментируя введение Евросоюзом 15-го пакета ограничительных мер от 18 декабря 2024 года, Песков сказал: «Вы видите, что на протяжении почти трех лет этого санкционного марафона в итоге мы имеем фактически стагнацию в Европе и достаточно высокий для нас темп развития нашей экономики».

Анализ: Песков тем самым акцентировал, что время идёт, а Европе хуже. Он как бы предлагает смотреть не на моментальные последствия, а на динамику во времени: «в итоге» – стагнация в Европе, а у нас рост. Такой фрейм выгодно преподносит ситуацию, меняя точку отсчёта на длительный срок.

Выступая на ВФМ-2024, Песков заявил: «Мы хотим, чтобы отношения были взаимовыгодными...».

Анализ: здесь Песков формулирует желаемую цель (взаимовыгодность, уважение) как основу политики России. Это задаёт разговору конструктивный вектор: оценивается всё с точки зрения, приближает ли оно к заявленной цели или нет. Когда речь заходит о выборах, он может сказать: «Наша цель – проведение честных и прозрачных выборов» – этим он задаёт тон обсуждению: всё остальное интерпретируется сквозь призму достижения заявленной цели (сомнения в честности – это уже вроде бы вне рамки, ведь цель-то обозначена).

Песков, в зависимости от контекста, либо создаёт ощущение срочности, либо наоборот, призывает не торопиться. Например, на фоне обострения отношений Израиля с Ираном в 2024 году, Песков заявил: «Россиянам рекомендовано скорее покинуть Ливан».

Анализ: здесь применяется фрейм немедленного действия (срочно уехать). Это формирует восприятие ситуации как острой, требующей моментальной реакции.

В юмористической программе «Международная пилорама» на НТВ, которую записывали на ПМЭФ (май 2018 года), Песков пошутил следующим образом: «Белые ночи, инвесторы не спят... попытка бодрствованием... подписания контракта».

Анализ: Песков выстраивает последовательность во времени – от ночей без сна к уступчивости инвесторов. Это шуточный пример, но он задаёт каузально-временной фрейм: одно за другим приводит к успеху сделки. Это скорее пример юмористической нарративной якорной цепочки, но и он структурирует ситуацию во временной прогрессии.

Фрейм обратной связи предполагает трактовку неудачи или критики как полезного опыта или ожидаемого шага к цели. У Пескова этот приём прослеживается менее явно, но некоторые ответы содержат элементы превращения ошибки в нечто приемлемое.

Например, комментируя собственную работу пресс-секретаря в интервью изданию «The New Times» (ноябрь 2013 года), Песков говорит самокритично:

«Если честно, я не делаю то, что должен делать современный пресс-секретарь...» – он фактически признаёт упущение (отсутствие ежедневных брифингов), но далее указывает, что система «чуть-чуть другая» и что власть старается отвечать на запросы, иначе «это сделает кто-то другой... и точка зрения будет отличаться.

Анализ: здесь он использует почти коучинговый подход: из недостатка (редкие брифинги) вывести урок – власть поняла, что надо отвечать, иначе проиграет информационную повестку. Таким образом, провал (не общались достаточно) оформлен как стимул к действию (стали более открыты). Это близко к фрейму обратной связи: негативный момент интерпретирован как полезная обратная связь, на которую власть отреагировала улучшениями (с его слов).

Песков иной раз преподносит чужие ошибки назидательно. Так, в диалоге с «Коммерсант FM» (2020 год) он шутит про поиски преемников: «Могут, но не будут... (смеётся)... вопрос абсурдный» – он якобы готов назвать тех, кто «рыскает глазами», но тут же говорит, что не будет, и называет сам вопрос абсурдным.

Анализ: это создаёт фрейм ошибки со стороны журналиста: мол, вы задали абсурдный вопрос – считайте, получили урок (с улыбкой). Таким образом, он рефреймит ошибку собеседника с позиции легкого высмеивания, а аудитория получает сигнал: сам вопрос о сменяемости власти ошибочен и смеяться надо не над нами, а над ним.

В интервью BBC (декабрь 2014 года), отвечая на вопрос о сроках восстановления отношений с Западом после Крыма, Песков сказал: «Время покажет. Главное – не делать резких шагов и дать процессу развиваться».

Анализ: Песков использует неопределённый временной фрейм: он не обещает сроков, но транслирует идею, что ситуация может улучшиться – со временем. Такая тактика оттягивает обсуждение конкретики и снижает давление ожиданий. «Время покажет» – это способ снять ответственность за конкретный результат, делая ставку на естественное течение событий.

В интервью программе «Вести в субботу» (март 2018 года), после президентских выборов: «Наша цель – сделать всё, чтобы граждане чувствовали себя защищёнными, чтобы уровень доверия к власти только рос».

Анализ: Песков формулирует абстрактную, но положительно окрашенную цель: защита и доверие. Это целевой фрейм, создающий ощущение, что все действия Кремля – ради общественного блага. Даже если речь идёт о непопулярных мерах, в рамках этого фрейма они могут быть переосмыслены как шаги к общему добру. Таким образом, цель задаёт критерий оценки любых действий.

В интервью «The New Times» (ноябрь 2013 года), о собственной работе: «Я понимаю, что по западным стандартам пресс-секретарь должен быть более активным... но у нас всё устроено иначе, и мы стараемся отвечать, когда это действительно важно».

Анализ: Песков признаёт различие в стандартных практиках – и потенциальную критику. Но тут же превращает это в аргумент: мол, система иная, мы отвечаем точно, а значит – осознанно. Это фрейм обратной связи: критика не отвергается, а встраивается в объяснение, почему всё устроено так, как устроено. Ошибка превращается в элемент специфики, которую не надо менять, а надо понять.

Подобные приёмы не ограничиваются только риторикой Пескова – их можно проследить и в выступлениях других представителей власти, таких как Михаил Мишустин. В его речах фреймы структурируют восприятие сложных процессов, переводя их в понятные этапы или наделяя стратегическим смыслом. На совещании по поддержке экономики (март 2023 года) Мишустин заявил: «Мы уже прошли сложный период адаптации, теперь важно обеспечить устойчивый рост».

Анализ: Мишустин задаёт этапность процесса: сначала была адаптация, теперь – рост. Он структурирует ситуацию как линейное развитие, подчёркивая, что трудности – позади. Это помогает аудитории воспринимать происходящее как управляемое движение вперёд, где правительство ведёт страну через кризис

к стабилизации. Это классический временной фрейм с позитивным вектором: «мы уже» и «теперь» создают образ контроля над временем и этапами.

В докладе Госдуме (апрель 2024 года) Мишустин сказал: «Наша задача – не просто сохранять экономику, а создавать условия для её технологического суверенитета».

Анализ: формулируется амбициозная и стратегическая цель – технологический суверенитет. Это целевой фрейм, в котором любые действия (налоги, инвестиции, контроль) подаются как шаги к достижению большой миссии. Такой подход позволяет обосновывать непопулярные решения и фильтровать критику: если мера ведёт к суверенитету – она оправдана. Фрейм укрепляет легитимность действий, придавая им целенаправленность.

На заседании по модернизации инфраструктуры (октябрь 2022 года), Мишустин отметил: «Мы уже заложили основы для запуска масштабных проектов. Впереди – реализация. Всё должно быть готово заранее».

Анализ: Мишустин выстраивает чёткий временной фрейм: прошлое (заложили основы) → настоящее (подготовка) → будущее (реализация). Это усиливает ощущение целостного процесса и подчёркивает, что работа ведётся системно. Такой фрейм снижает ожидания немедленных результатов, предлагая думать стратегически. Он создаёт ощущение контролируемого будущего: мы всё предусмотрели – теперь ждём результатов.

Выступая в Совете Федерации (декабрь 2022 года), Мишустин сказал: «Санкционное давление стало, безусловно, вызовом. Но именно это позволило нам активизировать внутренние ресурсы и дать старт импортозамещению в критических отраслях».

Анализ: это классический фрейм обратной связи. Кризис (санкции) представлен не как поражение, а как стимул к развитию. Ошибка (зависимость от импорта) интерпретируется как урок, позволивший выявить слабые места и начать движение в правильном направлении. Мишустин таким образом оборачивает негативную ситуацию в стратегическое преимущество, демонстрируя

адаптивность системы. Это укрепляет доверие к правительству: оно якобы умеет извлекать пользу даже из неудач.

Подобный приём управления восприятием прослеживается и в риторике региональных лидеров. Так, во время интервью телеканалу «Россия 24» (июнь 2023 года), обсуждая реновацию, Собянин сказал: «Это не история одного года. Это программа на десятилетия. Но мы уже переселили более 100 тысяч человек».

Анализ: здесь Собянин помещает проект в масштаб времени: подчеркивает его длительность и уже достигнутый прогресс. Это сразу смягчает ожидания и защищает от упреков в медлительности. Признание временного масштаба создает у граждан ощущение, что всё идёт по плану, пусть и медленно. Фрейм временной дистанции позволяет Собянину контролировать повестку и снижать давление срочных ожиданий.

Открывая одну из московских клиник в рамках проекта «Новая поликлиника» (февраль 2024), Собянин сказал: «Мы ставим во главу угла удобство и качество медицинской помощи для каждого жителя».

Анализ: Собянин использует гуманистический целевой фрейм – акцент на человеке как центре политики. Это задаёт высокую планку: любые изменения в здравоохранении теперь оцениваются с позиции соответствия удобству и качеству. Такой фрейм помогает легитимизировать масштабные расходы или реформы как выражение заботы. Критику можно отклонить с аргументом, что «делается ради людей».

На пресс-конференции по итогам 2023 года Лавров заявил: «Мы не впервые сталкиваемся с попытками давления. Это продолжается уже не одно десятилетие».

Анализ: Лавров размещает текущие события в историческую перспективу, представляя давление Запада как устойчивую, многолетнюю тенденцию. Такой временной фрейм работает на демобилизацию паники: ничего нового не происходит, это «было и раньше», мы справлялись и тогда. Это снижает значимость текущих вызовов и переключает внимание на выработанную устойчивость.

В интервью ТАСС (апрель 2023 года) Лавров сказал: «Мы последовательно выступаем за справедливый, многополярный миропорядок, в котором уважаются интересы всех государств, а не только избранных».

Анализ: здесь формулируется нормативная цель – многополярность и уважение. Всё, что делает Россия в международной политике, через этот фрейм становится шагом к «справедливому устройству». Это задаёт моральную рамку: Россия – борец за равновесие, остальные – за гегемонию. Этот фрейм особенно важен при обосновании конфликтных решений – например, выхода из договоров или смены партнёров.

Похожий приём фреймирования наблюдается и на уровне внешнеполитической риторики. Так, на пресс-конференции по итогам 2023 года Лавров заявил: «То, как ведут себя наши западные партнёры в условиях кризиса, только подтверждает, что мы правильно сделали ставку на самостоятельный путь развития».

Анализ: Лавров превращает критику в подтверждение правоты России. Поведение других стран в «условиях кризиса» становится своего рода испытанием, которое Россия прошла, а они – нет. Это обратная связь: внешний негатив используется как индикатор правильности собственного курса. Такой приём помогает рефреймить негативные последствия как полезный урок или подтверждение стратегической правоты.

Комментируя международные санкции (июль 2023 года), Лавров сказал: «Они (Запад) пытались изолировать Россию, а в итоге изолировали себя от остального мира».

Анализ: это риторическая инверсия: ошибка приписывается оппонентам, и Лавров показывает, что они сами стали жертвами своих решений. Такой фрейм ошибки позволяет обвинить без необходимости оправдываться: мол, не мы ошиблись – вы. Это также позволяет России позиционировать себя как участника «большого мира», а Запад – как замкнутую и ошибочную конструкцию.

В эфире «Россия 1» (май 2024 года) Лавров отметил: «Когда НАТО продвигается к нашим границам, когда размещаются ракеты – мы не можем игнорировать такие действия. Это вызывает необходимость принимать ответные меры».

Анализ: здесь строится строгая причинно-следственная логика: действия НАТО – угроза – ответ России. Такой фрейм снимает с России инициативу: она как бы вынуждена реагировать. Это позволяет легитимизировать агрессивные или жёсткие действия как «ответ» на чужие провокации. Фрейм логической необходимости делает политику России предсказуемой и рациональной в глазах аудитории.

Контрастные пары и противопоставления – один из любимых приёмов Дмитрия Пескова. Он часто строит высказывания по схеме «X, а не Y», «либо А, либо В», создавая чёткий контраст. Это помогает чёрно-бело обрисовать ситуацию, задав нужный выбор без полутонов.

Подобным образом, в интервью в программе «Действующие лица с Наилей Аскер-заде» в эфире телеканала «Россия 1» (январь 2018 года), Песков говорит: «Госслужащий – не политик. Политики – те, кого выбирают люди».

Анализ: здесь контраст «назначенный против выбранный»: Песков ставит знак равенства между собой (назначенным) и аполитичностью – и противопоставляет политикам (выборным). Чёткое разделение ролей задаёт фрейм: он не политическая фигура, а просто исполнитель. Это контрастирует с ожиданием, что пресс-секретарь – политическая должность, и снимает с него вопросы политической ответственности.

Песков подчас задаёт рамку «или-или», хотя реальность сложнее. Например, в ответе на вопрос журналиста «ТАСС» (июлю 2015 года), Песков сказал: «СМИ либо соответствующие закону, либо не соответствующие».

Анализ: это контрастный фрейм, упрощающий ситуацию до двух категорий. Цель – исключить серую зону: любое независимое СМИ, по его словам, либо зарегистрировано и законопослушно, либо априори вне закона. Такое

противопоставление сразу маргинализует нарушителей – они не просто иначе работающие, а противоположны законным.

Песков часто преподносит определённые вещи как настолько очевидные, что их не нужно доказывать. Использование слов и конструкций типа «всем известно», «понятно, что», «само собой» маркирует такой фрейм.

Например, комментируя публикацию агентства Блумберг, Песков сказал: «Россия ни для кого не представляет угрозы».

Анализ: Песков произносит это без дополнительных обоснований, как аксиому. Формально это утверждение, но в контексте он часто добавлял фразы типа «не устаем повторять» или «в Кремле неоднократно заявляли» – то есть обрамлял высказывание как очевидное, постоянное. Фрейм очевидности здесь: это должно быть понятно всем здравомыслящим, что Россия не угрожает. Критики, считающие иначе, автоматически попадают в категорию нездравомыслящих в рамках такого фрейма.

Аналогично, Песков часто делает следующие высказывания: «это не дело Кремля... мы не должны давать оценку».

Анализ: это звучит как нечто само собой понятное, что Кремль тут ни при чем (хотя вопрос, вероятно, был, почему Кремль не отреагирует). Песков подаёт пассивность Кремля как презумпцию нормы, мол, очевидно, мы не занимаемся такими вещами.

Очень часто Дмитрий Песков вставляет слова «безусловно», «конечно», «разумеется» – они задают тон самоочевидности следующего заявления. Например, начинается с «Безусловно, хочется надеяться...» («Комсомольская правда», февраль 2022 года) – вводя мысль о здравом смысле Запада как о естественном желании. В: «Я не готов ответить на этот вопрос» («ТАСС», апрель 2025 года) – нет явного «конечно», но контекстом это подаётся как очевидное (нет информации – нечего ответить). В ответах на неудобные темы он прибегает к: «Разумеется, позиция России последовательна...» (Агентство Синьхуа, февраль 2025 года) – утверждая российскую правоту как не требующую доказательств.

Анализ: благодаря позиции «это ясно по умолчанию» Песков экономит усилия на доказательства – многое преподносится как известные факты или общие места. Это придаёт его словам внушительность: если никто не возражает на озвученное «само собой», то последующие выводы принимаются легче. Фрейм очевидности также давит на несогласных: не согласиться – значит, заявить, что тебе не очевидно то, что «всем итак понятно». Психологически аудитории проще согласиться, чем выглядеть «темными».

Фрейм «как будто» предполагает, что говорящий предлагает рассмотреть ситуацию, как если бы что-то было другим, либо представить гипотетический сценарий для иллюстрации. Дмитрий Песков редко прямолинейно употребляет фразу «как будто», но он прибегает к аналогичным приёмам: воображаемым сравнениям, предположениям и ироническим инсценировкам.

Самый яркий пример – его комментарий об обеспечении безопасности президента в Туве: «Представьте, медведь дурак, что ли – если увидит Путина, он будет вести себя прилично, конечно».

Анализ: здесь Песков буквально просит «представить» гипотетическую ситуацию – говорит «представьте». Он инсценирует как будто дикую природу, где медведь встретил президента. Результат – шуточный образ «воспитанного медведя». Это классический фрейм «как будто»: слушателям предложили смоделировать ситуацию (медведь vs. Путин), в которой сам медведь становится сознательным. Цель – подчеркнуть харизму президента и снять тревоги за его безопасность через юмор. Хотя эта конкретная цитата иронична, метод очевиден – образное допущение для доказательства пункта (что всё под контролем).

В наших цитатах близкое: «Разбираться – не наше дело... наше – справиться». Хотя неявно, но он как бы говорит: «если бы мы начали разбираться, мы бы отвлеклись от главного...» – подразумеваемое условие, почему они этого не делают.

Также, фраза Пескова: «Если шутить над такой оголтелой русофобией, то... нашим историкам может тоже покопаться...» – здесь явное «если..., то...» (отвечая на вопрос журналиста «РИА-Новости», сентябрь 2022 года).

Анализ: Песков предлагает вообразить сценарий, где Россия зеркально требует с поляков чего-нибудь за XVI век. Это гипотетический пример, чтобы подчеркнуть нелепость требований к РФ. Фрейм «как будто» тут: представьте, мы тоже начнём выискивать старые обиды – будет же смешно? Он тем самым показывает нелепость идеи оппонента через воображаемое доведение до абсурда. Это приём редукции к абсурду посредством «как будто».

2.5.1 Откат

Фрейм «отката» в НЛП – это когнитивная рамка, в рамках которой говорящий частично берет свои слова назад, уточняет или переформулирует их, чтобы скорректировать реакцию адресата. Такой подход позволяет сохранить контроль над интерпретацией высказывания, смягчить возможное сопротивление и вернуть коммуникацию в нужное русло. Фрейм отката используется как стратегия управления восприятием: уточнение воспринимается не как противоречие, а как забота о точности и прозрачности, что повышает доверие аудитории.

Дмитрий Песков редко допускает явные оговорки, которые ему придется опровергать, но иногда он смягчает или уточняет свою резкость сразу по ходу речи. Иногда Песков, начав фразу категорично, исправляется: например, «Никаких решений... не принималось» – а потом добавляет что-то вроде «по крайней мере, мне об этом неизвестно» (ответ журналисту «РИА-Новости», от 20 ноября 2024 года). Также, он мог сказать: «Россия никогда...», а потом: «по крайней мере, во внешней политике» (в разговоре с журналистами от 30 ноября 2020 года) – уточнить рамку, слегка отступить от абсолютности первоначальной фразы.

Анализ: этим добавлением он откатывает абсолютность своего заявления, страхуя себя. В наших цитатах таких примеров нет явных, но известна его манера: если он чувствует, что сказал слишком жёстко, тут же смягчает.

Министр иностранных дел России Сергей Лавров часто использует приём «отката» в форме дипломатических уточнений. Например, 17 февраля 2025 года, открывая переговоры с главой МИД Сербии Марко Джуричем, он заявил: «Заявления лидеров ряда европейских стран на Мюнхенской конференции были на редкость агрессивными в отношении России».

Анализ: здесь Лавров сначала делает жёсткое заявление, а затем смягчает его, подчёркивая, что это его личные впечатления и что Россия открыта к взаимодействию. Такой подход позволяет ему выразить официальную позицию, одновременно оставляя пространство для дипломатического манёвра.

Мэр Москвы Сергей Собянин применяет «откат» в виде уточнений и реалистичных оговорок. Например, 3 апреля 2020 года в интервью «Первому каналу» он заявил: «Дискуссия идёт о том, что надо немедленно всем выплатить из бюджета. Это тоже неправильно. Бюджеты треснут...».

Анализ: Собянин сначала признаёт необходимость поддержки, но затем уточняет финансовые ограничения, смягчая ожидания и подчеркивая реалистичный подход к проблеме.

Бывали случаи, когда Песков давал комментарий, потом спустя время корректировал. Например, поначалу отрицает какую-то информацию, а потом, если факты подтвердятся, говорит: «Да, информация подтвердилась, и президент...».

Анализ: формально это не расценивается как признание ошибки, но по сути – откат от прежнего отрицания. Так было, например, с некоторыми кадровыми слухами: сперва называл «русской забавой», позже по факту совершения отставки говорил: «это нормальный ротационный процесс». То есть прежнее пренебрежение он откатил новой рамкой – уже серьезно объяснил случившееся.

Иногда Песков озвучивает жёсткую позицию, затем смягчает, чтобы не сжигать мосты. К примеру, в какой-то день мог прозвучать ультимативный тон, но позже он добавит: «Москва по-прежнему открыта к диалогу» (в ответ на вопрос журналисту издания «Известия», от 30 апреля 2025 года).

Анализ: это фактически откат от угроз к гибкости. Такой балансирующий подход – часть его роли: не перегнуть палку. Он может сначала напугать (заякорить негатив, контраст – как описано выше), а потом откатить: «впрочем, мы рассчитываем на здравый смысл партнеров» – и снова выглядит конструктивно.

Сергей Лавров часто начинает с резкой риторики, формулируя позиции в максимально жёстком ключе, особенно по вопросам внешней политики. Однако впоследствии в его речи нередко появляется уточнение, смягчающее первоначальный сигнал. Пример: в ходе выступления на конференции по безопасности (10 марта 2025 года), он заявил, что «Запад окончательно растоптал международное право». Но уже через несколько абзацев добавил: «Россия готова работать в любых форматах, где есть искреннее стремление к равноправному диалогу».

Анализ: это типичный откат – от конфронтационного заявления к конструктивной оговорке. Такая двойная связка позволяет одновременно зафиксировать позицию и оставить пространство для переговоров. Лавров мастерски использует этот приём: сначала очерчивает красные линии, потом показывает, что они – не стены.

Михаил Мишустин в основном воздерживается от политических ультиматумов, однако и в его риторике можно уловить элементы отступающего уточнения. Например, 15 апреля 2025 года он заявил, что «бюджетная дисциплина будет обеспечиваться жёстко, вплоть до перераспределения полномочий субъектов». Это вызвало определённую тревогу в регионах. Но уже на следующий день, в рамках выступления перед Советом Федерации, он подчеркнул: «Разумеется, всё будет делаться в диалоге с регионами, с учётом их специфики и интересов».

Анализ: это откат в управленческом стиле. Сначала сигнал – «будет строго», потом корректировка – «но гибко, с учётом обратной связи». Такая тактика создаёт впечатление решительности при сохранении управляемой гибкости, особенно важной в сложной многоуровневой системе власти.

В июле 2020 года премьер-министр Михаил Мишустин отметил: «Было очень важно дать таким предпринимателям возможность пережить самое тяжелое время. И потом – перезапустить бизнес». Однако позже он добавил:

«По решению президента весной прошлого года предпринимателям были предоставлены гранты на выплату зарплаты в размере одного МРОТ на каждого работника».

Анализ: изначально широкие обещания поддержки были конкретизированы с введением дополнительных условий, что позволило более эффективно распределить ресурсы и предотвратить злоупотребления.

Сергей Собянин, как глава мегаполиса, чаще практикует откат в контексте городских решений. 22 марта 2025 года, комментируя возможность запрета личного транспорта в центре Москвы, он сказал: «Мы всерьёз рассматриваем возможность полного ограничения въезда частных автомобилей в часы пик». Это вызвало бурную реакцию в соцсетях. Через два дня он уже уточнил: «Это пока лишь один из сценариев. Главное – услышать мнение жителей и найти удобное решение для всех сторон».

Анализ: откат в формате «идея – тест – откат». Такое поведение позволяет протестировать реакцию общества, а затем скорректировать позицию, не теряя лицо. Это управленческий приём адаптивности: вначале звучит провокационная гипотеза, затем – смягчение, создающее иллюзию участия граждан в принятии решений.

6 февраля 2025 года, после сильного снегопада, Собянин заявил: «Ответственные за расчистку улиц будут уволены за халатность. Терпеть разгильдяйство никто не будет». Это прозвучало как предельно жёсткое предупреждение. Однако спустя два дня, уже в интервью телеканалу «Россия 24», он добавил: «Но мы понимаем, что погодные условия были экстремальными, и в первую очередь нужно помочь службам, а не просто наказывать».

Анализ: типичный откат через «человечность». сначала звучит кара, потом понимание. Такой приём позволяет показать требовательность, но не

жестокость. Психологически это укрепляет образ «справедливого руководителя», способного отличать системную ошибку от форс-мажора.

В марте 2017 года мэр Москвы Сергей Собянин заявил: «Для Москвы – это (снос ветхих пятиэтажек и новое строительство) проблема номер один». Однако после общественного резонанса и протестов жителей, обеспокоенных условиями переселения, Собянин уточнил: «Мнение москвичей при включении домов в программу реновации пятиэтажных домов будет учтено».

Анализ: первоначально жесткая позиция сменилась на более гибкую после общественной реакции. Такой подход позволил сохранить инициативу, одновременно демонстрируя готовность к диалогу и учету мнения граждан.

2.5.2 Рефрейминг

Рефрейминг – способность подать те же факты под другим углом – буквально профессия Пескова. Практически все рассмотренные выше приёмы так или иначе ведут к рефреймингу.

Песков часто использует самоироничный рефрейминг, чтобы нейтрализовать нападки. Когда в 2019 г. Путин в шутку отметил, что Песков «несёт пургу», журналисты сразу спросили пресс-секретаря о его реакции.

Анализ: вместо оправданий Песков с юмором принял этот «негативный ярлык», назвав себя «человеком, несущим пургу», чем разрядил обстановку. Затем он перевёл разговор с личного упрёка на принципиальный вопрос о том, что пресс-секретарь должен говорить, иначе он не нужен. Рамка разговора смещена – с личного упрёка «Песков говорит ерунду» на принципиальный вопрос «пресс-секретарь должен говорить, иначе смысла нет».

В сентябре 2021 года, комментируя рост инфляции, Песков заявил: «Вы знаете, что тему инфляции президент держит под постоянным контролем, личным контролем».

Анализ: Песков переводит проблему инфляции из экономической плоскости в политическую, подчёркивая личное внимание президента к этому вопросу.

Такой рефрейминг призван вселить уверенность в граждан и показать, что ситуация под контролем высшего руководства.

Похожий приём виден в высказывании Пескова 2017 года: «Кремль не может объявлять... это не дело Кремля. И давать оценку мы не должны».

Анализ: вместо того чтобы говорить об оценке организации (что подразумевал вопрос об объявлении «нежелательной организации»), он переопределяет роль Кремля – с ожидаемой активной (объявить, оценить) на пассивную (не уполномочены это делать). В результате вопрос снимается: мы просто не тем занимаемся. Это тонкий уход: вместо прямого ответа Песков меняет рамку – Кремль в принципе не комментирует такие вещи, поэтому и спрашивать нечего.

Ещё пример – когда Пескова спрашивали о роли президента в чем-либо сомнительном, он говорил: «Дело не в том, что считает президент, а в том, что прописано в законодательстве...».

Анализ: здесь Песков переопределил вопрос с мнения президента на норму закон. Хотя эту цитату мы исключили из списка (из-за упоминания президента), приём показателен: Песков перевёл обсуждение с личности на принцип, тем самым уходя от прямого комментирования позиции Путина. Это и есть переопределение рамки вопроса.

Комментируя сообщения о новых антироссийских санкциях со стороны США, в 2017 году, Песков заявил: «Безусловно, хочется надеяться, что здравый смысл возобладает».

Анализ: Песков фактически переопределяет поведение Запада (вводящих санкции) как неразумное, противопоставляя ему «здравый смысл». Он не говорит прямо «санкции глупые», но фраза подразумевает: разум – это отменить санкции. Санкционная политика переопределяется как временное помрачение, которое должно пройти при возврате к здравому смыслу. Таким образом негативные действия оппонентов получает новое определение – иррациональные, временные.

В беседе с журналистами об американском рейтинге самых сильных армий (октябрь 2024 года), Песков объяснил следующее: «Мы не специалисты, чтобы реагировать на эту новость. Мы не знаем, о каких критериях идет речь, на основании каких данных составлялся этот рейтинг, поэтому нам нечего сказать».

Анализ: Песков переопределяет саму идею журналистов о том, что Россия должна беспокоиться из-за низкого места в рейтинге. Он отвечает, что это «рейтинги зарубежных СМИ» и «нам нечего сказать», т.е. переопределяет важность рейтинга как ничтожную. Вместо прямого спора («наша армия сильнее, чем в рейтинге») он просто придаёт оценке иностранцев нулевую значимость, изменяя тему с военной силы на ненадёжность рейтингов.

В речевой стратегии Михаила Мишустина рефрейминг проявляется в логическом переосмыслении проблем и акценте на позитивных аспектах. Так, на встрече с президентом в феврале 2025 года он сказал: «Абсолютно очевидно, что основным вызовом является инфляция, она составила 9,52 % за год, немножко подрастает».

Анализ: вместо того чтобы акцентировать внимание на самом факте дефицита, Мишустин подчеркивает его сокращение, представляя это как достижение. Такой подход позволяет воспринимать дефицит не как проблему, а как временное явление на пути к финансовой стабильности.

На встрече с членами экспертного совета при правительстве, Мишустин заявил: «Высокая инфляция в России – это плата за открытость национальной экономики».

Анализ: Мишустин объясняет инфляцию как следствие глобальных процессов, а не внутренних проблем, тем самым смещая ответственность и подчеркивая неизбежность некоторых экономических последствий в условиях открытого рынка.

В отчете о работе правительства за 2021 год Мишустин заявил: «Меры, которые мы принимали... беспрецедентны и по сумме выделенных средств, и по охвату».

Анализ: акцент не на проблемы (падение доходов, рост безработицы), а на масштаб принятых решений. Это позволяет воспринимать власть как эффективную и заботливую – даже в условиях шока.

В том же отчете Мишустин отметил следующее: «Россия не может позволить себе быть ведомой в сфере цифровой трансформации... мы должны идти вперёд и быть лидерами».

Анализ: вместо сухого анонса налоговых изменений Мишустин рассказывает об этой инициативе как о патриотическом порыве. Рефрейминг придаёт борьбе за IT-сектор смысл национального суверенитета и конкуренции.

На предложение депутатов о списании всех кредитных долгов россиян Мишустин ответил, что «списания по кредитным обязательствам приведут к целой волне банкротств», и предложил обратить внимание на работу микрофинансовых организаций.

Анализ: Мишустин переводит обсуждение с социальной инициативы на экономические последствия, тем самым переопределяя рамку вопроса и избегая прямого обсуждения предложения.

Министр иностранных дел применяет рефрейминг в международной риторике, защищая внешнеполитический курс страны. Один из примеров – интервью 2014 года, где он утверждает: «Терпение, необходимое любой профессии... Меня трудно вывести из себя. Но проверять не стоит».

Анализ: Лавров перенаправляет потенциальный критический вопрос «не управляем ли вы в стрессовых ситуациях?» в пункт о глубоком контроле над эмоциями и спокойствии. Рефрейм: не вспыльчивость или раздражение – а уверенность, выдержка и сила.

Лавров неоднократно подчёркивал, что Россия делает ставку не на «мягкую», а на твёрдую, прагматичную дипломатию: «Мы никогда не причисляли себя к «мягкой силе» – у нас твёрдая дипломатия» (2008 год). Смещая внимание с культурно-информационного влияния на «реальные дела», он создаёт образ страны, действующей силой, а не PR-образом.

Анализ: рефрейминг здесь трансформирует потенциальное обвинение в использовании пропаганды в достоинство – роль твёрдого, ответственного игрока.

Аналогично, Лавров настаивал на важности работы с русскоязычной диаспорой, называя её «инструментом внешнего влияния»: «Соотечественники – это не просто диаспора, это инструмент влияния» (2008 год).

Анализ: вместо того чтобы представить эту работу как «мягкую силу», Лавров акцентировал стратегическую ценность связей с гражданами за рубежом, переосмысливая поддержку соотечественников как внешней кампании.

В ответ на обвинения в милитаризации Европы Лавров повторял, что Россия лишь отвечает на шаги НАТО, а не инициирует напряжённость: «Мы не агрессоры – это ответ НАТО на наш рост» (конец 2021 года).

Анализ: смещение рамки: не Россия начала эскалацию, а защищается от провокации, поднимая вопрос об ответственности Запада.

Комментируя свои предложения по европейской безопасности, Лавров настаивал, что Москва предлагает не ультиматумы, а совместные гарантии, отражающие «позицию силы»: «Мы не нарушаем международное право, а защищаем собственные интересы» (декабрь 2021 года).

Анализ: рефрейминг превращает обвинения в агрессивной дипломатии в утверждение устранимого давления – Москва ведёт «ответственный диалог с позиции силы».

На вопрос о желании остаться главой МИД после роспуска правительства, Сергей Лавров рассмеялся и сказал: «Мне поручили исполнять обязанности три дня назад – я исполняю».

Анализ: Лавров уходит от обсуждения своих личных амбиций, сосредотачиваясь на текущих обязанностях, тем самым избегая прямого ответа на вопрос о своих планах.

На вопрос журналиста «Российской газеты» о возможном транспортном коллапсе из-за программы «Моя улица» от 7 сентября 2016 года, Собянин заявил,

что работы завершены на большинстве улиц и будут закончены в ближайшее время, добавив, что «пройдет время – и все забудут про неудобства, а красота и комфорт останутся».

Анализ: Собянин переводит обсуждение с текущих неудобств на будущие преимущества, тем самым переопределяя рамку вопроса и избегая обсуждения настоящих проблем.

Выступая на «Moscow Urban Forum» в 2018 году, Собянин заявил: «Москва – это не проблема, а локомотив развития России».

Анализ: Собянин рефреймит разговор о перенаселении и уводе ресурсов из регионов. Вместо фокуса на потенциальной угрозе он акцентирует роль столицы: не как потребителя, а как движущей силы экономики – «локомотива», который приносит пользу всей стране.

В беседе с журналистами, комментируя развитие агломерации в 2017 году, Сергей Собянин сказал следующее: «У нас... условно лишних 15 млн человек... Проблему занятости... нужно решать развитием агломераций».

Анализ: рамка смещена. Переселяемых с села и из малых городов Собянин представляет не как «лишних» и безработных, а как потенциальную аудиторию для развития новых агломерационных центров, решения инфраструктурных и экономических задач.

На коллегии столичного управления Роспотребнадзора в 2021 году, Собянин заявил: «Москва уже преодолела самый страшный этап пандемии... мы знаем, как лечить, как бороться... мы уже другие».

Анализ: вместо того чтобы концентрироваться на страхе или чувстве зависимости от эпидемии, Собянин преобразует её в позитивную метаморфозу: город стал «другим», более устойчивым и готовым к будущим вызовам – рефрейминг кризиса в трансформирующий вызов.

Коммуникативная функция использования фреймов (когнитивных рамок) в риторике Пескова и других официальных лиц заключается в структурировании восприятия информации таким образом, чтобы аудитория воспринимала

события, действия или высказывания через заданный фильтр – заранее определённую интерпретационную схему, выгодную говорящему. Использование фреймов позволяет Пескову и другим спикерам перенаправлять внимание, нивелировать риски, смягчать критику и усиливать нужные нарративы – не меняя самих фактов, а лишь контекст их подачи.

Далее рассмотрим, какие приёмы каждый из четырёх политиков использовал особенно часто, и какие особенности их стиля коммуникации можно выделить.

2.6 Результаты анализа

Д. Песков (пресс-секретарь Президента) – самый активный пользователь НЛП-техник в выборке: приёмы найдены во всех его высказываниях (100 %), причём нередко по 2-3 приёма в одном. Песков стремится формировать повестку и смещать акценты в нужную сторону. Его самый частый приём – фреймы (около 40 % от всех приёмов Пескова). Особенно характерны контрастные фреймы: он любит противопоставлять понятия и рисовать чёткие бинарные выборы («Х, а не Y», «либо А, либо В»), задавая удобный ракурс без полутонов. Например, комментируя допинговый скандал, он сначала выразил сожаление (разделив общественное негодование), но тут же противопоставил это «не надо проецировать на весь спорт», создав фрейм проблемы как частного случая. Также Песков мастерски использует временные фреймы – например, подчёркивает, что время рассудит и «всё уже было», тем самым снижая остроту текущих вопросов.

Второй отличительный приём – рефрейминг. Песков неоднократно показывал умение остроумно переиначивать негатив. Фактически рефрейминг стал его профессиональным стилем. Когда в 2019 г. президент в шутку упрекнул Пескова в «несении пурги», тот не стал оправдываться, а с самоиронией назвал себя «человеком, несущим пургу» – превратив насмешку в шутку и сняв напряжение. Подобным образом он нередко нейтрализует критику через юмор или смену рамки обсуждения. В целом Песков выстраивает коммуникацию так, чтобы вначале подстроиться под аудиторию (выразить понимание, разделить ценности), а

затем преподнести нужный вывод. Этот классический приём он применял, например, в обращении к молодёжи, где сначала говорил о ценностях уважения и любви, близких слушателям, а затем провёл параллель с отношениями между государствами. Также Песков часто апеллирует к чувствам и восприятию публики: использует визуальные и слуховые образы («вы видите...», «вы слышали...»), фактически якоря для внимания аудитории. Благодаря этому создаётся эффект непосредственного согласия: слушателю будто бы предлагается лично убедиться в словах говорящего.

Кроме того, в речи Пескова встречаются и приёмы Милтон-модели – чрезмерные обобщения, метафоры, размытие конкретики. К примеру, он гиперболизировал «русские хакеры в каждом холодильнике» при опровержении обвинений, сознательно утрируя абсурдность претензий. Также Песков использует трюизмы: заявления типа «сильных и успешных не всегда любят» звучат банально, но создают иллюзию общезначимого вывода. Откат Песков практикует реже, но целенаправленно – зачастую в связке с контрастным фреймом. Сначала он может заявить нечто пугающе категоричное, «заякорив» негатив, а позже смягчить позицию добавлением, что, мол, «мы всё же рассчитываем на диалог», выступая уже примирительно. Такая двойная стратегия позволяет ему обозначить жёсткую линию, но оставить пространство для переговоров. В итоге стиль Пескова можно охарактеризовать как ярко выраженно и манипулятивный: он активно управляет восприятием через фреймы и рефрейминг, виртуозно смягчает удары юмором и откатами. Это делает его речь гибкой: в зависимости от ситуации он может быть резко категоричным или предельно дипломатичным, сохраняя доверие аудитории.

С. Лавров (глава МИД РФ) использует НЛП-приёмы несколько реже Пескова – около 85 % своих высказываний. Однако его репертуар тоже широк, а любимые техники – рефрейминг и фреймы (по приблизительно 25 % от его приёмов каждая). Как опытный дипломат, Лавров часто меняет угол зрения на ситуацию в пользу России. Он мастерски превращает обвинения в адрес страны в обратные

упрёки оппонентам. Например, западные санкции он рефреймит как «они изолировали себя от остального мира» вместо «изолировали Россию». Подобным образом он заявлял: «Мы не агрессоры – это ответ НАТО на наш рост», перекладывая ответственность за эскалацию на Запад. Этот рефрейминг позволяет позиционировать Россию как обороняющуюся сторону, а не инициатора конфликта. Лавров вообще склонен переводить негатив в адрес РФ в доказательство её правоты. Например, критику в адрес российской дипломатии он оборачивает утверждением о «твёрдой, прагматичной дипломатии» вместо мягкой силы, а негативные последствия – в «полезный урок» для укрепления курса.

В речи Лаврова также часто присутствуют фреймы причинности и необходимости. Он выстраивает повествование так, чтобы действия России выглядели вынужденными и логичными ответами. Например, объясняя жёсткие меры, говорит: «Мы не можем игнорировать такие действия... Это вызывает необходимость принимать ответные меры». Таким образом задаётся фрейм вынужденной реакции: Россия только отвечает на чужие шаги, что оправдывает её политику. Ещё один излюбленный ход – временные и исторические фреймы. Лавров часто помещает текущие события в широкий исторический контекст, внушая мысль, что «это уже было, мы справлялись и раньше». Например, он подчеркнул, что давление Запада – не новость, а многолетняя тенденция, которую Россия успешно переживает. Такой приём деморализует оппонентов и успокаивает публику: «ничего нового, мы видели и худшее».

Откат Лавров применяет регулярно, сочетая жёсткую риторику с последующими оговорками. Типично в начале выступления он формулирует максимально резкую позицию, а через некоторое время добавляет смягчающие заявления. Например, на одной конференции в марте 2025 г. он обвинил Запад, что тот «растоптал международное право», но вскоре уточнил: «Россия готова работать в любых форматах при искреннем стремлении к диалогу». Это типичный откат: зафиксировать «красную черту» и тут же показать готовность к компромиссу. Лавров таким образом сохраняет образ жёсткого, но рационального переговорщика.

Остальные приёмы у Лаврова встречаются умеренно. Подстройка к аудитории проявляется реже – в основном, когда нужно разделить общие ценности (например, говорить о мире, справедливости, что апеллирует к массовым ожиданиям). Трюизмы типа «у каждой страны есть право отстаивать свои интересы» он иногда использует, чтобы утверждение выглядело очевидным и не вызывало возражений. Милтон-модель прослеживается в отдельных случаях – когда Лавров прибегает к туманным формулировкам или цитированию без указания источника («не помню, кто сказал: хочешь мира – готовься к войне»), чтобы озвучить спорную мысль как бы со стороны. В целом же стиль Лаврова можно описать как жёстко-логичный: он строит сильные идеологические рамки и аргументы, но обязательно оставляет дипломатические лазейки. Благодаря фреймам и рефреймингу его выступления превращаются в идеологически выдержанные послания, где каждый тезис подчинён общей линии защиты интересов России.

М. Мишустин (Премьер-министр РФ) в своих выступлениях применяет НЛП-приёмы сравнительно реже (примерно в 2 из 3 случаев) и более ограниченно. Его публичная речь обычно технократична и фактоориентирована, однако и он не чуждается некоторых риторических приёмов. Прежде всего, для Мишустина характерны логические фреймы и рефрейминг, на которые приходится около 45 % его техник. В отличие от Пескова и Лаврова, Мишустин реже апеллирует к эмоциям – вместо этого он структурирует информацию и переосмысливает проблемы в рациональном ключе. Часто премьер-министр задаёт позитивный управленческий фрейм: показывает развитие ситуации как планомерный процесс с преодолением трудностей. Например, экономические проблемы он склонен преподносить как временные и решаемые, акцентируя меры правительства. В отчётах Мишустин подчёркивал, что принятые меры «беспрецедентны по сумме и охвату» – фокусируясь не на кризисе, а на масштабах реакции власти. Также он заявлял: «дефицит – это плата за открытость экономики», смещая причину инфляции во внешний контекст и внушая неизбежность таких последствий. Этот рефрейминг перекладывает ответственность с внутренних просчётов на

объективные глобальные факторы. Подобным образом Мишустин превращает даже негатив (дефицит бюджета, инфляцию) в подтверждение правильности выбранного курса, дескать, «мы платим цену за правильные шаги».

Фреймы Мишустин часто использует временные и целевые. Он любит подчёркивать, что сложный этап уже позади, а впереди – рост и развитие. Такая риторика внушает оптимизм и доверие к правительству: проблемы преподносятся как временные трудности на пути к успеху. Например, он сказал: «было тяжело, и потом – перезапустить бизнес», а затем уточнил, какие меры поддержки уже реализованы. Тем самым создаётся фрейм преодоления кризиса. Ещё один пример – фраза «Россия должна быть лидером, идти вперёд» вместо сухого описания реформ: Мишустин оформляет экономические планы как патриотический призыв, задавая мотивирующий фрейм лидерства.

Подстройка в речи Мишустина тоже присутствует, хотя и ненавязчиво. Часто он сначала отмечает очевидные приоритеты (семья, дети, рост экономики) – то, с чем аудитория заведомо согласна. Например, «Глава государства определил приоритеты нашей работы: забота о семьях и детях, развитие экономики...» – эта вводная фраза создала раппорт, после чего Мишустин переходит к конкретике. Трюизмы также встречаются: он произносит фразы, не вызывающие возражений («главная задача – забота о людях»), чтобы заручиться поддержкой зала. «Откат» Мишустин применяет нечасто, избегая категоричных заявлений. Однако были случаи, когда и ему приходилось смягчать сказанное. Например, в апреле 2025 г., пригрозив жёстким контролем бюджета вплоть до перераспределения полномочий, уже на следующий день он добавил: «разумеется, всё будет делаться в диалоге с регионами». Это классический откат в управленческом стиле: сперва жёсткий сигнал централизации, затем откат к более гибкой позиции, учитывающей мнение регионов. Тем самым Мишустин демонстрирует решительность, но смягчает тревоги – сохраняет баланс между строгим руководством и уважением к субъектам.

В целом, стиль Мишустина можно охарактеризовать как рационально-оптимистичный. Он реже использует эмоциональные манипуляции, вместо этого предпочитая позитивно переформулировать проблемы и подать их как рабочие задачи, решаемые при правильном подходе власти. Его речи менее насыщены явными НЛП-приёмами, но те, что есть, служат для укрепления доверия к правительству и создания образа контролируемого движения вперёд.

С. Собянин (мэр Москвы) оказался наименее склонным к использованию НЛП-техник: лишь ~ 60 % его высказываний содержали отмеченные приёмы, и общее число техник у него самое малое (15 случаев). Стиль Собянина довольно прямой и административный, однако и у него выделяется одна часто применяемая техника – это «откат». Именно Собянин чаще других прибегал к приёму смягчения позиции: ≈ 27 % всех его приёмов – откат. В специфике работы градоначальника это проявляется так: сначала объявляется потенциально непопулярная мера, затем, после общественной реакции, даётся обратный ход или уточнение. Например, он заявлял: «мы всерьёз рассматриваем возможность полного ограничения въезда частных авто в часы пик», чем вызвал бурю недовольства, а спустя два дня уточнил: «это лишь один из сценариев, главное – учесть мнение жителей». Подобный «откат идеи» позволяет протестировать реакцию населения и скорректировать решение, не теряя лицо. Собянин фактически использует откат как управленческий инструмент адаптивности: озвучивает жёсткое предложение, затем смягчает, показывая, что власть прислушивается к людям. Ещё пример: после сильного снегопада 2025 г. он сначала грозно заявил об увольнении ответственных за уборку («терпеть разгильдяйство никто не будет»), но позже смягчил: мол, «погодные условия были экстремальные, надо помочь службам, а не только наказывать». Это создало образ «справедливого руководителя», способного проявить человечность после жёсткости. Подобные связки «наказание – понимание» характерны для его стиля.

Другой заметный приём Собянина – рефрейминг (20 % его случаев). Он часто старается показать город в позитивном свете, даже когда речь о проблемах.

Например, вопрос перенаселения Москвы он рефреймит как достоинство: «Москва – это не проблема, а локомотив развития России». Вместо фокуса на перегруженности столицы Собянин акцентирует её вклад в экономику страны – подаёт мегаполис как источник роста, а не бед для регионов. Также, реагируя на опасения о безработице приезжих, он смещает рамку: говорит не о «лишних» людях, а о потенциальной рабочей силе для новых экономических центров. Этот рефрейминг превращает проблему миграции в возможность развития – типичный для Собянина оптимистичный взгляд на городские вызовы.

Что касается фреймов, Собянин использует их меньше (всего парочка примеров). Он больше концентрируется на конкретных городских вопросах, поэтому масштабные исторические или ценностные фреймы звучат редко. Одним из примеров было сравнение периода пандемии с превращением города: «мы уже другие», мол, Москва стала устойчивее после пережитого. Здесь он оформил кризис как фрейм преобразования – трудности сделали нас сильнее. Подстройка и трюизмы тоже присутствуют, хотя и эпизодически. Собянин может сказать очевидную вещь («столица должна быть удобной для жизни») – это звучит трюистично, но помогает получить одобрение слушателей, ведь с таким лозунгом спорить никто не станет. В отдельных случаях мэр Москвы обобщает или детализирует проблемы (группирование): например, перечисляет несколько факторов в одной куче, чтобы показать масштаб задачи, либо наоборот выделяет частность как показатель общей тенденции. Милтон-модель почти не замечена у Собянина – его стиль более конкретен, он редко прячется за неопределённостями.

В итоге Собянин предстает как прагматичный коммуникатор: он предпочитает говорить по делу, но в критических ситуациях применяет откат, чтобы сгладить негативный эффект своих слов, и рефрейминг, чтобы преподнести Москву и её проблемы в позитивном ключе. Его речь наименее украшена тонкими манипулятивными приёмами – вероятно, потому что городская повестка требует большей конкретики. Тем не менее, даже он использует базовые методы

убеждения вроде трюизмов и апелляции к общественным интересам, когда это уместно.

Подводя итоги, можно выделить общие и индивидуальные тенденции в использовании НЛП-техник российскими политиками:

– Практически все политики регулярно используют НЛП-примёры, стремясь сделать свою речь более убедительной. Однако интенсивность разнится: Дмитрий Песков задействует приёмы чаще и разнообразнее всех, тогда как Сергей Собянин – наиболее сдержан в этом плане. Сергей Лавров и Михаил Мишустин занимают промежуточное положение, прибегая к риторическим техникам в большинстве выступлений, но менее систематично, чем Песков.

– Наиболее распространённой стратегией у всех является фреймирование информации – заданием выгодной рамки или контекста. Это свидетельствует о том, что управление восприятием темы (через фреймы и рефрейминг) – ключевой инструмент политической риторики. Одновременно все склонны в той или иной мере смягчать свои сообщения: либо заранее, используя подстройку и трюизмы, либо постфактум – через откат и уточнения. Это создаёт баланс между твёрдостью и гибкостью позиций.

– Дмитрий Песков выделяется тем, что комбинирует сразу несколько техник в рамках одного заявления. Его стиль – максимально гибкий: от контрастных фреймов и эмоциональных якорей до юмористического рефрейминга. Он одинаково успешно вызывает раппорт с аудиторией (подстройкой) и нейтрализует негатив (рефреймингом). Песков фактически задаёт тон информационной повестке, используя полный арсенал НЛП.

– Сергей Лавров чаще делает упор на идеологические фреймы (исторические, моральные) и рефрейминг международных нарративов. Он строит образ противостояния России и Запада на своих условиях, используя факты в выгодной рамке. При этом Лавров нередко смягчает риторику откатами, демонстрируя дипломатичность после жёстких заявлений. Его приёмы служат поддержанию имиджа России на мировой арене как сильного, но конструктивного игрока.

– Михаил Мишустин применяет НЛП-техники скорее для управленческого оптимизма: он рефреймит экономические трудности в рассказы об успехах и контроле над ситуацией. Фреймы у него подаются развитие страны как поступательное движение. Его речь наименее эмоциональна: техники используются для рационального убеждения (подкрепления доверия к действиям правительства), а не для манипуляции чувствами.

– Сергей Собянин, будучи практиком городского управления, ограниченно использует риторические приёмы. Он чаще корректирует свои инициативы откатами под давлением общественной реакции и переосмысливает проблемы города позитивно (Москва как «локомотив», а не источник проблем). Это позволяет ему сохранять поддержку москвичей, не отказываясь от непростых решений. В остальном его выступления более прямолинейны и конкретны, что отражает характер решаемых им задач.

В заключение, анализ выявил, что НЛП-техники прочно вошли в арсенал политической коммуникации. Каждый из рассмотренных лидеров использует их по-своему: в зависимости от должности и аудитории, акцент делается либо на манипулирование повесткой (как у Пескова и Лаврова), либо на управленческий оптимизм (Мишустин), либо на обратную связь с обществом (Собянин). Тем не менее, общая тенденция такова, что без приёмов внушения и убеждения не обходится почти ни одно публичное выступление. Политики стремятся не только информировать, но и воздействовать на восприятие, что ясно прослеживается через частоту использования фреймов, рефрейминга, трюизмов и других элементов НЛП.

Выводы по второй главе

Анализ охватывал 120 публичных высказываний четырёх известных российских политиков – Дмитрия Пескова, Сергея Лаврова, Михаила Мишустина и Сергея Собянина – с целью выявления техник нейролингвистического программирования в их коммуникации. Из этих 120 высказываний 94 содержат одну или

несколько техник НЛП, что составляет примерно 78 %. Это говорит о том, что техники НЛП широко распространены в политической риторике.

Российские политики активно используют техники нейролингвистического программирования в публичных выступлениях, стремясь повысить убедительность и управлять восприятием аудитории. Наиболее распространённой техникой является фреймирование – создание выгодного контекста восприятия темы. Данная техника позволяет политикам задавать желаемое направление обсуждения, избегать неудобных аспектов или позитивно переосмысливать проблемы.

Дмитрий Песков наиболее интенсивно и разнообразно применяет НЛП, используя фреймы, рефрейминг, юмор и эмоциональные якоря для активного управления информационной повесткой и нейтрализации критики. Сергей Лавров предпочитает идеологические фреймы и рефрейминг международных событий, представляя Россию как сильного, но конструктивного международного игрока. Он часто использует технику «отката» для поддержания баланса между жесткостью заявлений и демонстрацией готовности к диалогу.

Михаил Мишустин в своих выступлениях акцентирует рациональность и управленческий оптимизм, переосмысливая экономические проблемы в позитивном ключе и избегая эмоциональных манипуляций, что укрепляет образ эффективного и контролирующего ситуацию правительства. Сергей Собянин применяет НЛП-техники наиболее сдержанно, однако регулярно корректирует свои инициативы методом отката, реагируя на общественную реакцию, и позитивно переосмысливает городские проблемы, подчеркивая роль Москвы как экономического лидера России.

Таким образом, несмотря на различия в стиле и интенсивности использования НЛП, все политики прибегают к приёмам воздействия на восприятие аудитории, подтверждая, что применение таких техник стало неотъемлемой частью современной политической коммуникации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе проведенного исследования была всесторонне рассмотрена роль НЛП как лингвopsихологической технологии воздействия в публичной и политической коммуникации. Теоретическая часть работы позволила выявить ключевые концепты НЛП, его истоки и междисциплинарную природу. Особое внимание было уделено таким базовым техникам, как репрезентативные системы, якорение, раппорт, рефрейминг и метапрограммы, а также механизмам суггестии и внушения.

Практическая часть работы была направлена на выявление и анализ применения НЛП-приемов и техник в публичных высказываниях ведущих российских политиков: Д. Пескова, С. Лаврова, М. Мишустина и С. Собянина. В результате анализа речей политиков, преимущественно в устной форме, установлено, что данные коммуникаторы активно используют широкий спектр техник НЛП: от подстройки к аудитории и раппорта до скрытых внушений, фреймирования, использования триггеров и метамодельных конструкций. Зафиксировано, что применение НЛП-стратегий, как правило, не является открыто рефлекслируемым, но проявляется системно и целенаправленно, особенно в ситуациях управляемого публичного дискурса.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что НЛП не только сохраняет свою актуальность как инструмент коммуникации, но и активно интегрируется в современные стратегии политического влияния. Его техники позволяют усиливать внушающее воздействие, формировать нужные рамки восприятия и достигать высокого уровня доверия и убеждения. Полученные результаты подчеркивают необходимость дальнейшего исследования НЛП в контексте публичного дискурса и актуализируют практическую ценность этого подхода для специалистов в сфере PR, политического консультирования, медиакоммуникаций и риторики.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Акатова, А. А. Теоретическое становление практического опыта нейролингвистического программирования / А. А. Акатова // The Scientific Heritage. – 2020. – №54. – С. 28-31.
- 2 Алексеев, О. Ю. PR в системе политических коммуникаций современной России / О. Ю. Алексеев // Известия Российского государственного педагогического университета им. Герцена А.И. – 2008. – №67. – С. 11-17.
- 3 Алимардонов, Л. Рекламно-информационное пространство и его влияние на формирование массового сознания / Л. Алимардонов // Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences. – 2022. – №1(2). – С. 82-87.
- 4 Антонов, С. Н. Социология рекламы: учебно-методическое пособие / С. Н. Антонов. – СПб. : Интерсоцис, 2006. – 164 с.
- 5 Афанасьева, О. В. Право граждан на информацию и информационная открытость власти: концептуальные вопросы правового регулирования / О. В. Афанасьева. – Саратов : Научная книга, 2004. – 168 с.
- 6 Балашова, М. П. Нейролингвистическое программирование в рекламном дизайне / М. П. Большакова // Форум молодых ученых. – 2019. – №1(29). – С. 385-387.
- 7 Беляков, А. В. Большая актуальная политическая энциклопедия / А. А. Беляков, О. А. Матвейчев. – М. : Эксмо, 2009. – 412 с.
- 8 Баранов, Е. Г. Информационно-психологическое воздействие: сущность и психологическое содержание / Е. Г. Баранов // Национальный психологический журнал. – 2017. – № 1(25). – С. 25–31.
- 9 Бехтерев, В. М. Роль внушения в общественной жизни. Гипноз. Внушение. Телепатия / В. М. Бехтерев – М. : Юрайт, 2023. – 265 с.
- 10 Боденхамер, Б. Г. НЛП-практик: полный сертификационный курс / Б. Г. Боденхамер, Х. Л. Майкл. – М. : АСТ, 2003. – 266 с.

11 Буланова, Е. Г. Политическая и органично интегрированная реклама: проблемы правового регулирования и направления их решения / Е. Г. Буланова, А. В. Логинов // Издательство Саратовского университета. Новая серия. Социология. Политология. – 2019. – №3(19). – С. 312-319.

12 Вылегжанин, Д. А. Теория и практика публичных рилейшнз : учеб. пособие / Д. А. Вылегжанин. – М. : Флинта : МПСИ, 2008. – 371 с.

13 Гаврилова, М. В. Когнитивные и риторические основы президентской речи (на материале выступлений В. В. Путина и Б. Н. Ельцина) / М. В. Гаврилова. – Санкт-Петербург: Филологический факультет СПбГУ, 2004. – 294 с.

14 Горин, С. А. А вы пробовали гипноз? : практическое руководство по применению гипнотических психотехник / С. А. Горин. – С.-Пб. : Лань, 1995. – 208 с

15 Горянина, В. А. Преображение жизненных ситуаций: эффективные психосоциальные технологии / В. А. Горянина, И. К. Масалков. – М. : Совершенство, 2001. – 400 с.

16 Дилигенский, Г. Г. Социально-политическая психология: Учеб. Пособие для высш. учеб. Заведений / Г. Г. Дилигенский. – М. : Наука, 1994. – 304 с.

17 Доценко, Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко – М. : Издательство МГУ, 1997. – 60 с.

18 Ильин, А. Н. Психологическая манипуляция в рекламе как фактор изменения сознания в обществе потребления / А. Н. Ильин // Психопедагогика в правоохранительных органах. – 2023. – №1(92). – С. 49-57.

19 Кара-Мурза, С. Г. Манипуляция сознанием. Век 21 / С. Г. Кара-Мурза. М. : Алгоритм, 2015. – 525 с.

20 Карпова, М. К. Социология массовой коммуникации: учебно-методическое пособие / М. К. Карпова, И. Н. Столяров. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2011. – 128 с.

21 Ковалев, С. В. Основы нейролингвистического программирования / С. В. Королев. – М. : Библиотека психолога, 2001. – 160 с.

- 22 Колмакова, Д. А. Убеждение, принуждение и внушение, как основные методы, используемые правоохранительными органами / Д. А. Колмакова // Вестник науки. – 2024. – № 1(70), т. 3. – С. 269–273.
- 23 Коробкина, В. Б. Модель рекламной коммуникации и технологии НЛП / В. Б. Коробкина // Science and Education. – 2021. – №4(2). – С. 685-691.
- 24 Кутуза, Н. В. Воздействующий потенциал метапрограмм НЛП в политических слоганах / Н. В. Кутуза // Экономика. Статистика и информатика. – 2015. – № 2. – С. 32–36.
- 25 Лисовский, С. Ф. Политическая реклама / С. Ф. Лисовский. – М. : Маркетинг, 2000. – 256 с.
- 26 Макаренков, Е. В. Анализ технологий нейролингвистического программирования как инструмента политического противоборства / Е. В. Макаренков, М. А. Дурнева // Вестник Челябинского государственного университета. – 2019. – №12(434). – С. 89-94.
- 27 Мельников, С. Л. Имидж политического лидера как социальное явление и технологии его формирования / С. Л. Мельникова, Д. С. Потураев // Экономика. Социология. Право. – 2023. – №1(29). – С. 62-66.
- 28 Мокшанцев, Р. И. Психология рекламы: учебное пособие / Р. И. Мокшанцев. – Новосибирск : Инфра-М, Сибирское соглашение, 2009. – 230 с.
- 29 Музыкант, В. Л. Теория и практика современной рекламы / В. Л. Музыкант. – М. : Евразийский регион, 1998. – 397 с.
- 30 Никешин, А. А. Современные предвыборные кампании в контексте политической культуры / А. А. Никешин // IN SITU. – 2022. – №3. – С. 57-58.
- 31 Петренко, А. И. Якорение как одна из техник эффективной коммуникации / А. И. Петренко // Педагогика. – 2018. – № 3. – С. 79–84.
- 32 Олышанский, Д. В. Основы политической психологии / Д. В. Олышанский. – Екатеринбург : Деловая книга, 2001. – 496 с.

- 33 Остапова, Л. Е. Рефрейминг как метод воздействия в политической речи / Л. Е. Остапова // Научно-практический электронный журнал «Аллея Науки». – 2018. – № 1(17). – С. 68-73.
- 34 Павлов, И. П. Полное собрание сочинений / И. П. Павлов, – М. : Изд. АН СССР, 1951. – 429 с.
- 35 Панкратов, Ф. Г. Рекламная деятельность: учебное пособие. 5-е изд., перераб. и доп. / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, Т. К. Серегина, В. Г. Шахурин. – М. : Дашков и К, 2002. – 364 с.
- 36 Пичугин, В. Г. Недирективные методы внушения в ходе предвыборных кампаний / В. Г. Пичугин, Л. А. Годунова // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2021. – № 3(12). – С. 33-44.
- 37 Пичугин, В. Г. Психология влияния в управлении персоналом: учеб. пособие / В. Г. Пичугин. – М. : Прометей, 2020. – 144 с.
- 38 Платонов, К. И. Слово как физиологический и лечебный фактор (к физиологии психотерапии) / К. И. Платонов. – М. : Государственное издательство медицинской литературы, 1962. – 432 с.
- 39 Радченко, И. А. Учебный словарь терминов рекламы и публичных рилейшенз / И. А. Радченков (под ред. Е. Е. Топильской). – Воронеж : ВФМГЭИ, 2007. – 114 с.
- 40 Сеймур, Дж. Введение в нейролингвистическое программирование / Дж. Сеймур, Дж. О'Коннор. – М. : Волошин, 2008. – 288 с.
- 41 Сидоренко, Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию / Е. В. Сидоренко – СПб. : Речь, 2004. – 16 с.
- 42 Соловьев, А. И. Политология: Политическая теория, политические технологии: учебник для студентов вузов / А. И. Соловьев. – М. : Аспект Пресс, 2003, – 559 с.
- 43 Роджерс, К. Клиент-центрированная терапия: прикладные разделы. – П. : Психотерапия, 1997. – 320 с.

- 44 Феофанов, О. Реклама: новые технологии в России / О. Феофанов. – СПб. : Питер, 2001. – 384 с.
- 45 Фельсер, Г. Психология потребителей и реклама / Г. Фельсер. – М. : Гуманитарный центр, 2009. – 704 с.
- 46 Шампань, П. Делать мнение: новая политическая игра / П. Шампань. – М. : 1997. – 317 с.
- 47 Шестопал, Е. Б. Политическая психологи / Е. Б. Шестопал. – М. : Аспект-Пресс, 2007. – 448 с.
- 48 Шерковин, Ю. А. Психологические проблемы массовых информационных процессов / Ю. А. Шерковин. – М.: Мысль, 1973. – 215 с.
- 49 Шкляр, Т. Л. Якорение в политическом и экономическом маркетинге / Т. Л. Шкляр // Экономика. Статистика и Информатика. – 2015. – № 2. – С. 142–145.
- 50 Эриксон, М. Гипнотические реальности. Наведение клинического гипноза и формы косвенного внушения / М. Эриксон, Э. Росси, Ш. Росси (пер. с англ. М. А. Якушиной, под ред. М. Р. Гинзбурга). – М. : Класс, 2000. – 352 с.
- 51 Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне / под ред. В. О. Пигулевского. – Х. : Изд-во «Гуманитарный Центр», 2011. – 404 с.
- 52 Политические коммуникации: учеб. Пособие для студентов вузов / Ю. Ю. Петрунин (под ред. А. И. Соловьева). – М. : АспектПресс, 2004. – 332 с.
- 53 Рейтинг влияния глав субъектов РФ. Российские регионы и региональная политика в октябре 2024 г. [электронный ресурс]. – Агентство политических и экономических коммуникаций. – Режим доступа: http://www.apecom.ru/articles/?ELEMENT_ID=9497&ysclid=mbyrqg90ym172419877. – 25.12.2024.
- 54 Всероссийский центр изучения общественного мнения = Wciom.Ru [электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://wciom.ru/>. – 28.03.2025.
- 55 Институт социологии ФНИСЦ РАН = Isras.Ru [электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://isras.ru/>. – 28.03.2025.

56 Левада-Центр = Levada.Ru [электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://levada.ru>. – 28.03.2025.

57 Открытая электронная библиотека материалов по Нейролингвистическому программированию и Эриксоновскому гипнозу = НЛП.Ru [электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://НЛП.ru/>. – 01.04.2025.

58 Результаты опросов общественного мнения о политике, экономике и повседневной жизни россиян = FOM.Ru [электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://fom.ru/>. – 28.03.2025.

59 Статистика социальных сетей в России = Datareportal.Com [электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://datareportal.com/reports/digital-2021-russia>. – 28.03.2025.

60 ТАСС = Tass.Ru [электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://tass.ru/>. – 28.03.2025.

61 Westra, B. The Essential Milton Model: An Essential Examination Of Milton Hyland Ericksons Hypnotic Language Patterns So You Can Utilize Indirect Hypnosis Techniques To Hypnotize Anyone, The Same! / B. Westra – Издательство : CreateSpace Independent Publishing Platform, 2015. – 252 с.

62 Smith, A. Practical НЛП 2: Language: How to use presuppositions, chunking, the Meta Model and the Milton Model in practice / A. Smith – Издательство : Independently published, 2022. – 146 с.