Чистякова Светлана Викторовна

МЕСТО ПОЛИТИЧЕСКОГО ИНТЕРВЬЮ В ЖАНРОВОЙ СТРУКТУРЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2010/11-1/63.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2010. № 11 (42): в 2-х ч. Ч. I. С. 178-180. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2010/11-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

УДК 81'42

Светлана Викторовна Чистякова
Челябинский государственный университет

МЕСТО ПОЛИТИЧЕСКОГО ИНТЕРВЬЮ В ЖАНРОВОЙ СТРУКТУРЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА©

Повышенный интерес современной лингвистики к исследованию речи, развитие прагматики, риторики обусловили рост популярности исследований отдельных жанровых форм. По утверждению М. М. Бахтина каждая из многочисленных сфер использования языка вырабатывает свои так называемые «речевые жанры» [1]. Вслед за В. В. Дементьевым и К. Ф. Седовым мы понимаем жанр как «вербальное оформление типичной ситуации социального взаимодействия людей» [3, с. 6].

В политическом дискурсе исследованию подвергались лишь отдельные жанры. Развернутую классификацию жанров политического дискурса представляет Е. И. Шейгал [12]. К политической коммуникации автор относит широкий круг ситуаций: от разговоров о политике в семье до официальных встреч руководителей государств.

Наша основная задача - найти место политического интервью среди многообразия жанров политического дискурса. В центре нашего внимания находятся главным образом те жанры, которые в максимальной степени соответствуют основной цели политического дискурса, состоящей в завоевании и удержании политической власти, а также в навязывании того или иного мнения.

Дифференциацию жанров политической коммуникации целесообразно основывать на форме и содержании. Можно говорить о таком критерии жанровой дифференциации, как канал коммуникации, в рамках которого имеется некоторый набор технических, выразительных и иных средств, определяющих характер и форму организации обращения. Внутри каналов коммуникации критериями разделения по жанрам могут служить объем информации, временная продолжительность или занимаемая площадь обращения, наличие и соотношение вербальных и визуальных составляющих, характер воздействия на аудиторию.

Все жанры, исходя из канала передачи информации, можно разделить на две большие подгруппы: устные и письменные. К первым можно отнести публичные выступления, теледебаты, программные речи, интервью и т.д. Ко второй группе принадлежат политические листовки, плакаты, брошюры и т.д. Все эти жанры объединяет направленность на значительное число адресатов. Письменный политический дискурс представляет собой печатную форму политической рекламы, в которой образ создается как с помощью изображения, так и с помощью слов. Такой вид политической коммуникации имеет преимущество: статичность печатного листа позволяет читателю подробнее ознакомиться с предлагаемыми фактами, сообщаемая информация прочнее закрепляется в его сознании.

Листовка как жанр письменного политического дискурса функционирует только в ситуации предвыборной агитации. Ее цель - путем направленного воздействия на адресата побудить его проголосовать на выборах за того или иного кандидата или партию.

Основная формальная характеристика листовки - это ее небольшой объем, благодаря чему она имеет большой шанс быть прочитанной.

По мнению Т. Г. Федотовских, содержание предвыборной листовки подчинено формуле «Выберите меня, так как я обещаю вам благо». Автор говорит об абстрактных благах, не имеющих четкого содержания (добро, польза, защита, реальные результаты и т.д.) и конкретных благах, которые имеют материальное воплощение (образование, медицина, пенсия, заработная плата).

Т. Г. Федотовских отмечает также, что содержание листовки характеризуется однообразием обещаний и языковых средств. В листовке реализуются следующие средства воздействия на волю избирателя: восклицательные предложения-призывы, эмоционально-повышенная лексика, сжатые краткие аргументы [10].

Политический плакат также является средством массовой агитации и пропаганды. Плакат - броское, как правило, крупноформатное, изображение, сопровожденное кратким текстом, сделанное в агитационных целях. Он представляет собой визуальное сообщение, предназначенное адресату для выводов и конкретных действий.

Плакат должен быть виден на расстоянии, быть понятным и хорошо восприниматься зрителем. Для текста, сопровождающего политический плакат, характерна проникнутость пафосом, что является одним из факторов эмоционального воздействия.

Еще один вид письменного политдискурса - **политическая платформа** (часто совпадает по форме и содержанию с программой). Политическая платформа - это письменное изложение целей, принципов, а также политической позиции всей партии или отдельного кандидата.

Как правило, политическая платформа имеет форму манифеста, тщательно разработанного политического документа, адресованного избирателю, и является важным инструментом в борьбе за власть. В ней зачастую затрагиваются такие вопросы как образование, национальная безопасность, благосостояние и т.д. Задача политической платформы - донести информацию до адресата и привлечь внимание к той или иной партии или кандидату.

© Чистякова С. В., 2010

В устном политическом дискурсе можно далее выделить диалогический (интервью, теледебаты) и монологический (обращение).

В устном монологическом политическом дискурсе можно выделить такие жанры, как инаугурационная речь, программная речь, обращение главы государства к населению по тому или иному поводу и т.п. По мнению О. Н. Паршиной, в этих формах политической коммуникации реализуется, главным образом, стратегия формирования эмоционального настроя адресата. Автор указывает, что, в отличие от диалогических жанров, в монологических жанрах, как правило, есть письменная основа, ослабляющая, или вовсе исключающая спонтанность речи, поэтому «монологические жанры характеризуют стратегии и тактики речевого поведения политика, но в значительно меньшей степени - устный политический дискурс» [7, с. 148].

Инаугурационное обращение президента - особый жанр в политическом дискурсе, являющийся, как и сама процедура инаугурации, своего рода политическим ритуалом.

Е. И. Шейгал дает детальную характеристику этого жанра, выделяя четыре функции инаугурационного обращения: интегративную, инспиративную, декларативную и перформативную. Интегративная функция, по мнению многих исследователей, является основной в этом жанре и заключается в утверждении единства нации. Суть инспиративной функции - воодушевление нации на предстоящие великие дела и обращение к традиционным ценностям. Основная задача нового президента - вселить надежду на будущее. В рамках инаугурационной речи президент также провозглашает принципы своего предстоящего правления (декларативная функция) и стремится убедить сограждан, что он способен успешно справиться с ролью лидера нации (перформативная функция).

Предвыборное программное выступление, являющееся одним из центральных элементов предвыборной гонки, представляет собой непосредственное обращение претендента к избирателям, построенное по законам публичной речи и содержащее основные предложения кандидата, четкие по форме их изложения. Первостепенная задача политика в рамках предвыборного выступления - преодоление антипатии со стороны аудитории (если она существует) и усиление симпатии.

Программное выступление служит, в первую очередь, для демонстрации достоинств собственной программы (реализация аргументативной и агитационной стратегий) и реже - для дискредитации соперников (конфликтная речевая стратегия).

Как и в случае с другими жанрами политического дискурса, основная цель выступления кандидата - воздействие на сознание избирателя с тем, чтобы убедить его сделать выбор в пользу этого кандидата. Результативность убеждения во многом определяется тем, насколько политик владеет ораторским искусством.

В теории рекламы выступление политиков относят к жанру политической рекламы. Традиционный вид политического выступления (обращение к избирателям) по содержанию схож с **телевизионным роликом** (еще одной формой политической рекламы). Цель выступления - подчеркнуть истинность того, что говорится, цель ролика - подчеркнуть реальность того, что изображается.

Главное достоинство политического телевизионного ролика (теория рекламы разграничивает сходные понятия - «ролик», «спот», «видеоклип») - малая протяженность во времени (около 2 минут). Подробно изложить политические взгляды за это время практически невозможно, поэтому основная задача ролика - произвести впечатление. Политические ролики, как правило, содержат информацию об особенностях политических взглядов кандидатов, а также об их личных и профессиональных качествах.

Чаще всего, ролики призваны разъяснить предвыборные обещания и создать впечатление, что кандидат способен их выполнить. Однако в современной политике нередко используют конфликтные стратегии. В связи с этим появляются ролики агрессивного содержания, указывающие на недостатки противников с целью снижения их авторитета в глазах аудитории.

Ролик в основном используется для трансляции на аудиторию и закрепления в ее сознании имиджа кандидата.

В рамках устного диалогического дискурса представлены жанры политического интервью и теледебатов.

Теледебаты, сравнительно новый жанр политической коммуникации, играют важную роль в предвыборной кампании, являясь ее необходимым элементом. По мнению специалистов, занимающихся теорией рекламы, избиратели считают теледебаты моментом истины, позволяющим по-настоящему глубоко узнать кандидатов. Эта форма политической рекламы позволяет кандидатам непосредственно обратиться к гражданам, пользуясь самым эффективным из средств массовой информации [6, с. 41]. Именно успешное выступление политика в теледебатах сказывается на результатах голосования.

Дебаты представляют собой высказывание участниками различных точек зрения на ту или иную заявленную проблему [9, с. 82]. Как правило, теледебаты проходят по одному сценарию: ведущий предлагает вопрос для обсуждения, а участники высказывают точку зрения своей партии (или свою собственную) по этой проблеме.

Специфика жанра заключается в следующем: теледебаты - это устная спонтанная речь в ее диалогической форме в ситуации непосредственного общения.

Коммуникативная цель теледебатов - побудить адресата (избирателя) к выбору того, а не иного кандидата. В соответствии с этой задачей используются определенные стратегии, которые играют важнейшую роль в речи политика. По утверждению Ю. В. Вознесенской, в жанре дебатов чаще всего реализуются следующие стратегии: стратегия дискредитации, стратегия манипуляции и стратегия самопрезентации [2].

С точки зрения теории рекламы жанр дебатов имеет недостаток: они не отвечают основным требованиям, которые предъявляются к рекламной продукции, - лаконичности и простоты сообщения. Не все избиратели способны воспринимать шквал информации, обрушивающейся на них во время дебатов. На Западе советники по вопросам коммуникации рекомендуют своим патронам использовать выступления на телевидении «только в гомеопатических дозах в целях избежания риска быстрого насыщения» [7, с. 154].

Наиболее активно в период избирательной кампании используется **интервью**. В своем исследовании А. К. Михальская выявляет специфику политического интервью как речевого жанра. По ее мнению, политическое интервью - это публичный речевой жанр с жестким распределением речевых ролей непосредственных участников, в котором журналист раскрывает или стремится раскрыть значимые для общества черты политика, в том числе и «опасные», тогда как последний, отвечая на вопросы журналиста, стремится убедить общество в своей «востребованности» [3, с. 68].

Этот жанр привлекает возможностью не только осветить какое-то актуальное событие через высказывания политика, причастного к данному событию, не только выяснить мнение этого политика по различным социально значимым вопросам, но и проникнуть во внутренний мир человека, выявить те или иные черты его личности. То, что беседа ведется между политиком и «независимым» журналистом, придает большую степень достоверности образу кандидата. Краткое представление лидера, которое, как правило, предваряет интервью, может стать хорошим подспорьем, настраивающим читателя на более адекватное восприятие последующих высказываний интервьюируемого.

Подводя итоги, следует отметить, что мы не ставили целью дать исчерпывающую характеристику всех жанров политической коммуникации, а попытались определить место политического интервью в жанровой структуре политического дискурса. Таким образом, интересующий нас жанр политического интервью наряду с жанром теледебатов относится к устной диалогической разновидности политической коммуникации и должен подвергаться анализу в первую очередь с учетом характерных особенностей устного диалогического дискурса.

Список литературы

1. **Бахтин М. М.** Проблема речевых жанров // Бахтин М. М. Собр. соч. М.: Русские словари, 1996. Т. 5. Работы 1940-1960 гг. С. 159-206.
2. **Вознесенская Ю. В.** Речевые стратегии конфликта в немецкой политической коммуникации: автореф. … дис. канд. фил. наук. Санкт-Петербург, 2010. 18 с.
3. **Дементьев В. В., Седов К. Ф.** Социопрагматический аспект теории речевых жанров. Саратов: Изд-во Сарат. гос. пед. ин-та, 1998. 107 с.
4. **Михальская А. К.** Политическое интервью как речевой жанр // Риторическая культура в современном обществе: тезисы IV Международной конференции по риторике, Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина, 26-28 января 2000 г. М., 2000. С. 67-69.
5. **Михальская А. К.** Риторика и речевое поведение в массовой коммуникации: опыт обобщающей модели // Проблемы речевой коммуникации: межвуз. сб. науч. тр. Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 2003. Вып. 3. С. 167-185.
6. **Мицкевич Э., Файерстоун Ч.** Телевидение и выборы. М., 1996. 96 с.
7. **Паршина О. Н.** Стратегия и тактики самопрезентации в речевом поведении современных российских политиков // Научная мысль Кавказа. Ростов н/Д, 2004. № 5. С. 144-152.
8. **Собчак А. А.** Хождение во власть. Рассказ о рождении парламента. Л., 1991. 198 с.
9. **Стернин И. А.** Риторика и демократия // Речевое общение: вестник Российской риторической ассоциации / Краснояр. гос. ун-т. Красноярск, 2000. Вып. 2. С. 78-82.
10. **Федотовских Т. Г.** Листовка как жанр политического дискурса: когнитивно-прагматический анализ: автореф. … дис. канд. фил. наук. Екатеринбург, 2005. 23 с.
11. **Шейгал Е. И.** Инаугурационное обращение как жанр политического дискурса // Жанры речи: сб. науч. статей. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2002. Вып. 3. С. 205-214.
12. **Шейгал Е. И.** Семиотика политического дискурса. Волгоград: Перемена, 2000. 386 с.