

Н. Б. Руженцева
Екатеринбург, Россия

ИМИДЖЕВОЕ ИНТЕРВЬЮ-ПЕРФОРМАНС В. ЖИРИНОВСКОГО: СМЕНА МАСОК, ЭПАТАЖ, ТЕХНОЛОГИЯ ПРИМИТИВА

АННОТАЦИЯ. В статье характеризуются речевые и текстовые средства репрезентации юмора в имиджевом политическом интервью. Автор представляет идентификацию имиджевого политического интервью как вторичной жанровой формы, сочетающей в себе черты интервью-беседы, портретного интервью, звездного интервью и политического перформанса, включающего в себя театрализованные компоненты, способствующие привлекательности текста интервью и образа политика для потенциального читателя. Материал статьи вскрывает связь юмора как формы комического с типами имиджа В. Жириновского («Актер», «Понтер», «Скандалист» и др.). Даются типы речевых масок политика, обеспечивающих театрализованный эффект его ответов на вопросы интервьюера. Это маска обывателя, апеллирующего к устоявшимся в массовом сознании представлениям, ценностям, presupпозициям; маска правдолюбца, демонстрирующего предельную откровенность суждений и оценок; маска великого человека — уникальной личности, противостоящей всему миру; маска обиженного политика, который постоянно подвергается нападкам СМИ. Автор статьи обращается к эпатажным высказываниям В. Жириновского и технике примитива, реализуемой в речи политика на уровнях языка, речи и текста и сочетающей в себе использование разговорной, просторечной и грубо-просторечной лексики; разговорного синтаксиса, упрощенных, приближенных к разговорной речи конструкций; перевода серьезных политических проблем на язык, понятный массовому адресату, и придание этим проблемам утилитарного характера. В ключевой части обобщаются жанровые признаки имиджевого интервью-перформанса как разновидности политического интервью, а также функции юмора, релевантные для данной разновидности.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политический дискурс, В. Жириновский, юмор, самопрезентация, имидж, перформанс, интервью, речевые маски, эпатаж, технология примитива.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Руженцева Наталья Борисовна, доктор филологических наук, профессор кафедры риторики и межкультурной коммуникации, Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург); адрес: 620017, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 285; e-mail: verbalis@mail.ru.

Интервью давно привлекает внимание исследователей дискурса СМИ и политического дискурса ввиду очень высокой степени авторизованности текстов и репрезентации в них авторского начала [Голанова 2000; Грабельников 2004; Дускаева 2004; Иванова 2009; Иньиго-Мора 2008; Кашкин 2009; Лавринова 2010; Лукина 2005; Майданова 1987 и др.].

Интервью является очень действенной жанровой формой самопрезентации политика, поэтому остановимся подробнее на его жанровых признаках и специфике в рамках политического дискурса.

Интервью «представляет собой беседу журналиста с одним или несколькими лицами, имеющую общественный интерес, предназначенную для передачи по каналам средств массовой информации. Изложение фактов, высказывание о событиях ведется от имени человека, которого интервьюируют» [Грабельников 2004: 218]. Этот же автор выделяет следующие виды интервью: «интервью-диалог, представляющий собой беседу в форме вопросов и ответов; интервью-монолог; интервью-сообщение, интервью-зарисовку; интервью-мнение, коллективное интервью и анкету» [Там же: 219].

Характеризуя интервью-беседу (жанровую разновидность, наиболее близкую к политическому интервью), Л. М. Майданова пишет: «Интервью-беседа — текст, пользующийся логической схемой описательного или событийного типа и различной глубины. Есть интервью с логической схемой средней глубины. Они обычно небольшого объема, выступают как средство передачи подчеркнута актуальной, свежей информации, получаемой из первых рук и поэтому ценной именно своей новизной, а не глубиной» [Майданова 1987: 52].

Политическое интервью имеет свою специ-

фику. Рассматривая политическое интервью с точки зрения отнесенности этой жанровой разновидности к конфликтному или кооперативному типу дискурса, Н. Н. Кокшарова акцентирует внимание на «асимметричном распределении коммуникативных ролей партнеров» [Кокшарова 2015: 28]. В рамках конфликтного дискурса «сдвиг» коммуникативных ролей идет в сторону интервьюера, который «не всегда лишен права выражать свое мнение. В некоторых случаях, излагая свою точку зрения по тому или иному вопросу, комментируя высказывание собеседника, интервьюер провоцирует интервьюируемого на конфликтный диалог, тем самым воздействуя на целевую аудиторию... В случае нарушения асимметрии коммуникативных ролей в сторону интервьюируемого речь идет о кооперативном дискурсе» [Там же: 28—29].

Мы считаем, что колебательное распределение коммуникативных ролей (то в сторону интервьюера, то в сторону интервьюируемого) дает место (освобождает пространство) для комического. В случае принадлежности интервью к конфликтному дискурсу это, скорее, ирония, а в случае принадлежности к кооперативному дискурсу — юмор; примером может служить фрагмент из интервью В. Путина, в котором легкий юмористический эффект с целью инициации контакта перед обсуждением достаточно серьезных вопросов достигается и журналистскими вопросами, и ответами президента:

Владимир Путин

Мы сильнее, потому что правы

Президент России рассказал в спецпроекте ТАСС „Первые лица“ о здоровом образе жизни, пятой колонне, заговоре вокруг цен на нефть.

— Как здоровье, Владимир Владимирович?

Статья подготовлена при поддержке Российского гуманитарного научного фонда: проект 14-04-00268 «Политическая лингвистика: проблематика, методология, аспекты исследования и перспективы развития научного направления».

© Руженцева Н. Б., 2015

— Не дождетесь!
 — Враги клеветают...
 — Да? Впервые слышу. И что говорят? Выдают желаемое за действительность?
 — Ну, пересказывать не буду. Собственно, я и пришел к первоисточнику.
 — Пускай они так думают. Это будет их расслаблять. Нам с вами это только на пользу.

В рамках прагматической организации текста политического интервью Н. Н. Кокшарова выделяет ряд коммуникативных тактик. Конфронтационную стратегию реализуют:

– тактики интервьюера: тактика цитирования мнения третьей стороны; тактика описания собственных чувств и эмоций как не совсем удовлетворяющих определенным стандартам; тактика критики действий своего собеседника и руководимой им страны; тактика провоцирования; тактика защиты; тактика принятия нейтралитета;

– тактики интервьюируемого: тактика провоцирования; тактика защиты; тактика согласия; тактика несогласия; тактика красноречивого умалчивания.

Кооперативный дискурс, в свою очередь, реализуется через кооперативную стратегию, а к основным его тактикам относятся:

– тактики интервьюера: тактика просьбы, тактика уточнения, тактика извинения, тактика согласия, тактика комплиментации;

– тактики интервьюируемого: тактика просьбы, тактика уточнения, тактика извинения, тактика согласия, тактика комплиментации, тактика умалчивания, тактика принятия нейтралитета и тактика уклонения от ответа» [Там же: 30].

С нашей точки зрения, в политическом интервью может активно использоваться еще одна тактика, которая может быть и тактикой интервьюера, и тактикой интервьюируемого, — это тактика формирования имиджа политика, реализующая функции самопрезентации и одновременно позиционирования.

Реализацию этой тактики мы наблюдаем прежде всего в такой разновидности интервью-беседы, как портретное интервью. В интервью портретного типа «предмет речи тоже один — человек, с которым ведется беседа. Здесь все направлено на раскрытие личности собеседника: его характера, отношения к делу» [Майданова 1987: 53].

Портретное политическое интервью, в свою очередь, пересекается с такой разновидностью жанра, как «звездное интервью».

Попытаемся сопоставить «звездное интервью» с политическим и указать место юмора в его жанровой структуре.

1. «Чем обусловлена необходимость выделения и описания такого поджанра интервью, как „звездное“? Первая причина заключена в самом определении: „беседа, представляющая общественный интерес...“. „Звезда“ — это коммуникативная и социальная роль. Именно спецификой этой роли и глубже — личности, скрывающейся за ней, а значит, и выбором особых тактик в общении с такой персоной, объясняется специфика „звездного интервью“, которое, без сомнения, призвано служить поддержкой имиджа „звезды“ [Макурина, Кротова 2003: 35—36].

Политик, особенно известный, — это такая же, а то и гораздо большего масштаба «звезда», как любой представитель области искусства, шоу-бизнеса и иных сфер, в которых традиционно используется атрибуция личности — «звезда». Политик — это в первую очередь коммуникативная и социальная роль, и читателям интересна прежде всего его личность, зачастую скрытая за тщательно создаваемым и поддерживаемым имиджем. Поэтому политическое интервью в его портретной разновидности можно с полным правом назвать имиджевым политическим интервью.

2. «Ситуация игры в „звездном интервью“ создается с целью удовлетворения запросов массового адресата, мышление которого требует отвлечения от банальности... Аудиторию это не привлекает. Очень часто, чтобы ее привлечь максимально, в ситуацию „интервью-игры“... вплетаются так называемые „риторические уловки“, которые служат эмоциональными возбудителями и определяют (формируют) психологическое состояние: интересно, полезно, необычно, занимательно с точки зрения массового адресата. Это „зацепы“, актуализирующие человеческое сознание с целью формирования нужной эмоциональной тональности, умственной напряженности, а в целом — речевого эффекта. К их числу следует отнести: первые фразы, чтобы привлечь внимание читателя... квантовый выброс информации (принцип россыпи новизны)... прием аргументации... прием аналогии... прием релаксации (юмор как консолидатор людей)... прием предположения, догадки» [Там же: 37].

Сказанное относится и массовому адресату политического дискурса, который не любит банальностей, штампов, в то время как корпус политических текстов просто изобилует ими, ср. ироническое высказывание Д. Ольшанского: «В современной российской политике поражает предельно убогое однообразие и обилие штампов в жизнеописаниях кандидатов на выборные посты. „Родился... Крестился... Окончил вуз... Прошел славный трудовой путь... Женат, имеет детей“. Это не политические биографии, а канцелярские справки из отдела кадров. Или некрологи, в которых пока просто не хватает известных заключительных слов: „Спи спокойно, дорогой товарищ — мы продолжим твоё дело“. Все это обычно тиражируется вместе с плохо отпечатанными фотографиями, взятыми то ли из личного, то ли из розыскного дела, очень напоминающими листовки на стенде „Не проходите мимо“ у районного отделения милиции» [Ольшанский 2003: 364].

Как следствие, можно с уверенностью предположить, что юмор в имиджевом политическом интервью является той самой «зацепой», посредством которой преодолевается банальность представления облика политика, а сам политик делается привлекательным для массового адресата.

3. Жанровые признаки «звездного интервью»: «коммуникативная цель — поддержка имиджа „звезды“; автор и адресат как носители определенной модели поведения и определенного типа языковой культуры; игровое начало „звездного“ интервью, композиционная организация собираемого материала — модель опрокинутой воронки» [Макурина, Кротова 2003: 39].

Мы считаем, что по крайней мере два из названных признаков, — «поддержка имиджа» и «игровое начало „звездного“ интервью», предполагающее достижение юмористического эффекта с целью преодоления стандарта в презентациях политиков, можно с полным правом отнести к политическому интервью в его портретной разновидности.

Немного коснемся вопроса об имидже политиков.

«Избиратель не доверяет абстрактным инципитивам: требуется, чтобы они выросли из жизни и специфического опыта кандидата, соответствовали его характеру и конкретному облику, сложившемуся или складывающемуся в общественном мнении. Имидж кандидата должен быть одновременно и оригинален, и типичен, он должен быть как все и вместе с тем выделяться из толпы. Имидж кандидата является своеобразным свидетельством „истинности“ или „неистинности“ самого кандидата» [Амелин, Пешков 2001: 46].

Разные авторы дают различные типологии имиджей (ролей) политиков:

1. «Для того чтобы закрепиться в сознании избирателей, политику приходится играть четко заданную роль, которую диктует ему само население, и, чтобы выжить, он просто обязан ее исполнять, ибо именно таким населению видится идеальный президент, министр, мэр, директор. Отклонение политика от этого имиджа будет только мешать людям позитивно оценивать его. Существует следующий набор ролей: РЫЦАРЬ, ХОЗЯИН, АСКЕТ, МЫСЛИТЕЛЬ, РОМАНТИК И ПРОФИ» [Зарецкая 2002: 543].

2. «Основываясь на анализе современной политико-психологической реальности России, Е. Коблянская и Н. Лабковская описали несколько основных типов лидеров и их имиджей. Один из самых распространенных типов — „Хозяин“ (другие названия: „Властелин“, „Сталин“)...

Третий тип — „Отличник“...

Четвертый тип — „Сподвижник“ или „Боярин“...

Наконец, пятый тип — „Одиночка“» [Ольшанский 2003: 365—366].

Что касается имиджа В. В. Жириновского, Д. В. Ольшанский, ссылаясь на разных авторов, приводит разные его трактовки:

«Г. Лассуэлл, делая упор на имиджевые характеристики, выделил типы „Агитатора“, „Администратора“ и „Теоретика“. В сегодняшней российской действительности это В. Жириновский (в меньшей степени Г. Зюганов), В. Путин и Г. Явлинский» [Там же: 364].

Со ссылкой на Е. Коблянскую и Н. Лабковскую тот же автор сообщает: «Второй по распространенности тип — „Артист“. Наиболее ярко его выражает В. Жириновский. Основные черты его имиджа достаточно очевидны. Это большой мастер перформансов» [Цит. по: Ольшанский 2003: 363].

В свою очередь, сам Д. В. Ольшанский пишет: «На основании анализа современной российской политики мы выделили такие типы, как „царь“ (Б. Ельцин), „партайгеноссе“ (Г. Зюганов), „печник“ (В. Лужков), „симулятор“ (А. Лебедь), „понтер“ (В. Жириновский), „домоуправ“ (В. Черномырдин), „умник“ (Г. Явлинский), „расстрига“ (М. Горбачев). Хотя понятно, что это конкретные,

не столько аналитические, сколько описательные типы» [Там же: 365].

Мы считаем, что имидж В. Жириновского является комплексным и совмещает в себе все указанные типы («Агитатор», «Артист», «Понтер», а также неоднократно отмечаемые исследователями политической речи черты типов «Скандалист» и «Шут»).

Этому комплексному имиджу соответствует и речь В. В. Жириновского, представляющая собой образцы популистской риторики, репрезентирующей и юмор (по отношению к себе и к партии ЛДПР), и иронию (по отношению к политическим противникам). В свою очередь, интервью политика с необходимостью реализует самопрезентационную интенцию, поэтому по отношению к самому себе политик использует либо юмор, либо легкую самоиронию.

Мы можем с уверенностью утверждать, что юмористический эффект (соответствующий комплексному имиджу В. Жириновского) достигается в его интервью комплексом речевых средств, ср. наблюдения М. Китайгородской и Н. Розановой за речью политика.

«Ярмарочное» время социальных перемен породило своих героев. Подобно актерам с яркой индивидуальностью, играющих всегда «самих себя», Жириновский выбрал одну речевую маску и оказался ее пленником. Он верен себе и, по сути, одинаков в разных ситуациях. Его речь с точки зрения словаря бедна, стилистически монотонна, но образна.

За счет чего же рождается впечатление ее высокой экспрессивности? Экспрессивна главным образом количественная сторона (говорит много, говорит без пауз), темп речи, громкость, эмоциональность. Экспрессия рождается на эпатаже, связана с нарушением постулатов общения (говори коротко, говори по делу, говори вежливо и т. д.). С точки зрения обработки и подачи информации в его речи наблюдается тенденция к предельному упрощению, примитивизму. Тексты в большом количестве содержат бездоказательные утверждения, заведомо ложные и нелепые доводы. Так, одну из последних своих скандальных выходов в Думе он объяснил „влиянием неблагоприятных метеоусловий“. Для него типична завышенная самооценка, в его речи много гипербол. Это своеобразная политическая „хлестаковщина“...

Несмотря на многословие, речь Жириновского нередко оказывается довольно бессвязной. Он часто „опускает“ логические связи, союзы, отдельные семантически необходимые для понимания участки текста. Он „нанизывает“ бессюжные конструкции одну на другую. Все это рождает эффект „разорванности сознания“.

Хотелось бы обратить внимание на то, что, несмотря на внешнюю „новизну“ речевого облика Жириновского, в нем можно обнаружить „родимые пятна“ тоталитарного языка. Он нередко использует типичные партийные клише... [Цит. по: Купина 1999: 134—135].

Со своей стороны, мы считаем, что сказанное о речи В. Жириновского соотносится не столько с его естественной речевой манерой или с одной речевой маской, сколько с его комплексным ре-

чевым имиджем, предполагающим юмористическую составляющую. **Юмор** в интервью В. Жириновского носит самопрезентационный характер, базируется на **смене масок, эпатаже и технике примитива** и соответствует имиджевым характеристикам политика, т. е. тому сложившемуся образу, к которому привык избиратель и который он хочет видеть (имиджи «Артист», «Скандалист», «Понтер», «Агитатор»).

Продемонстрируем сказанное на примере интервью В. Жириновского, опубликованного агентством «Vlasti.net» (автор интервью — Александр Новиков; <http://www.inter-view.org/>).

Юмористический эффект реализуется не только в тексте интервью, но и в его заголовочном комплексе. Установка на комическое заметна уже в системе «заголовок — внутренние заголовки» и задана автором, А. Новиковым, который втягивает читателя в стихию юмора своими вопросами и комментариями:

ЗАГЛОВОК: *Интервью с Жириновским. «Жириновский и...»*

ВНУТРЕННИЕ ЗАГОЛОВКИ:

Жириновский и лишения

Жириновский и бедные родственники

Жириновский и счастье

Жириновский и старые песни о главном

Жириновский и вечность

АВТОРСКИЙ КОММЕНТАРИЙ: *Жириновский не только солнце. Жириновский — могучая полноводная река. В нее достаточно один только раз войти в любом случайном месте, и дальше она уже сама несет. Вам останется только изредка делать корректирующие гребки. А можно и не делать их. Нести будет все равно.*

ВОПРОСЫ ИНТЕРВЬЮЕРА:

А откуда у вас дома народ взялся?

А сейчас какой вес у вашего тела?

А рост какой у вашего тела?

Я поражаюсь, откуда у вас столько ума?

А вас действительно помощники моят?

И т. п.

Обратимся к таким средствам достижения юмористического эффекта, как смена масок, эпатаж и техника примитива, в ответах В. Жириновского.

МАСКИ ЖИРИНОВСКОГО (способствуют созданию имиджевых типов «Актер» и «Понтер»)

МАСКА ОБЫВАТЕЛЯ (апелляция к устоявшимся в массовом сознании представлениям, presupпозициям: «все воруют», «все пьют», «все ругаются» и т. д.):

А. Н. : *Какой чай пьете, Владимир Вольфович?*

Жириновский: *Плохой чай. Плохой! Бывает, очень редко, я вижу хороший чай, например, дарят мне иногда. Но у меня же все сразу **разговаривают**.*

А. Н. *Кто?*

Жириновский: *Дома. Я помню, из Индии мне чай подарили. Хороший такой. В коробке. Натуральный такой. Все хорошее... Привез домой, пару раз мне его дали, и больше я его не видел. **Воруем наш народ! Воруем, воруем...***

А. Н. : *А откуда у вас дома народ взялся?*

Жириновский: *У меня есть приходящая дом-*

*работница, повариха там, не знаю... Я же не слежу! Помощники мои приходят. Я лидер партии! Помимо депутатских, у меня полно помощников, не связанных с депутатской деятельностью. У меня большой штат. Охрана, водители. Кто-нибудь да **ворует**... А был хороший чай. Несколько коробок. Нету! Даже коробки **Украли!***

МАСКА ПРАВДОЛЮБЦА. Одной из ценностей массового национального сознания является честность, прямота. На протяжении всей российской истории национальный менталитет одобрял людей, способных «резать правду-матку», «резать правду в глаза», «рубить сплеча», и к этому В. Жириновский прибегает постоянно:

А. Н. *Ваша жена с вами счастлива?*

Жириновский: *Нет! Видите как **честно отвечаю**. Потому что я не для семьи создан, а для политической работы. Был бы рядовым юристом в издательстве — 200 рублей, квартирка, — можно было бы делать семейные дела. А так я только три раза в год внимание семье уделяю. Нет времени. Иран, Ливия...*

МАСКА ВЕЛИКОГО ЧЕЛОВЕКА (образ Жириновского — уникальной личности, противостоящей всему миру и внушающей страх, представлен в утрированной, гиперболизированной форме):

А. Н. *Вы просто какой-то уникал, я считаю.*

Жириновский: *Я просто исключение! Таких, как я, может быть, в стране тыщу человек... Сто политиков, сто ученых, сто спортсменов... Нагрузка-то какая большая! Вот и с вами я сейчас здесь не в шахматы играю. Отвечая на ваш вопрос, я должен немедленно вскрыть пласты всей моей жизни. Легко разве? Я в день должен быть **гением** все двенадцать часов. Целый день я должен говорить на все глобальные темы.*

А. Н. *А сами с собой вы счастливы?*

Жириновский: *Да, процентов на 90 я счастлив. Я все познал, все увидел, все сделал, все сказал... Когда я выступаю в Совете Европы, **они очень боятся!** Я чувствую, **когда я выступаю, у них у всех мурашки по спине**. Вся планета меня знает!*

МАСКА ОБИЖЕННОГО:

А. Н. *Я поражаюсь, откуда у вас столько ума?*

Жириновский: *Я доктор наук. Я профессор. Я заслуженный юрист России. Я окончил два факультета МГУ. С отличием. 12 лет руковожу партией. **А вы меня ни разу не похвалили. Всегда только нападали. Нет бы написать: Жириновский знает четыре языка.** Это ж сколько нужно ума и интеллекта! Поэтому я и за обезьянами бегаю. Нужно расслабиться, отдохнуть от ума.*

ЭПАТАЖНЫЕ ВЫСКЗЫВАНИЯ

(имидж «Скандалист»)

Эпатаж — «скандальная выходка; поведение, нарушающие общепринятые нормы и правила» [Словарь иностранных слов 1979].

Эпатировать — «поражать, удивлять скандальными выходками, нарушением общепринятых норм и правил» [Там же].

Эпатаж связан с таким понятием политической имиджологии, как «перформанс». Вслед за Д. В. Ольшанским мы понимаем под политическим перформансом «покупок», «представление», «спектакль», «концерт» и даже «киносенс», а также трюки и фокусы [Ольшанский 2003: 348]. Перформанс — одна из действенных и часто употребляемых имиджевых технологий. «Основной технологией ускоренного создания имиджа... является так называемый перфоманс. Только регулярно участвуя и, главное, организуя для себя и для своих сторонников „перфомансы“, политик может быстро сформировать необходимый имидж. Вспомним лидера ЛДПР В. Жириновского, выплеснувшего в лицо тогдашнему нижегородскому губернатору Б. Немцову стакан сока в прямом эфире телепрограммы А. Любимова. Такой откровенный перфоманс сразу сделал ему колоссальную политическую рекламу и значительно усилил уже существовавший эпатажный имидж» [Там же: 347].

«Перформансными» могут быть не только церемонии, празднования, инаугурации и иные мероприятия, связанные с политической деятельностью. Текст выступления политика или его интервью тоже может иметь черты перформанса, и интервью с В. Жириновским — яркий тому пример. Приведем фрагмент, в котором В. Жириновский эпатажирует читателя, говоря о склонности к рукоприкладству и сквернословью. Это апелляция к пресуппозициям адресата, который помнит скандальные перформансы этого политика:

Жириновский: *И пляшу, да! Вот перечень песен. Вот он... Пою. А потом над помощником издеваюсь! Живая азбука! Штангу мне жалко, так я его подымаю, кричу ему руки, мучаю. Я же должен расслабиться!*

А. Н. А если он умрет?

Жириновский: *Да куда он не умрет! Иногда хочется расслабиться, кого-нибудь побьешь, руки-ноги повыкручиваешь, а вы потом говорите: „Жириновский садист!“ Да им нравится, когда я их мучаю! Они рады даже! Я же денег даю им потом, компенсирую ущерб! Рахманов!.. Иди сюда! Я их еще обзываю оскорбительными словами, но на самом деле это ласка: „пес поганый“, „смерд“, „собака“. Они не обижаются. Им это в радость. Рахманов! Чего ты ушел? Ну как вот их не бить?.. Чего ты ушел туда, в приемную? давай принеси мне рюмашку!*

ТЕХНОЛОГИЯ ПРИМИТИВА

(комплекс всех имиджевых типов)

Примитив предполагает «перевод значительного, неординарного в разряд бытового и придание ему утилитарного характера» [Сметанина 2002: 269]. «Ценность примитива — в подлинности чувства и авторской индивидуальности» [Михеев 1996: 227]. К реализации примитива в речи В. Жириновского можно в полной мере отнести характеристику речи автора-повествователя, данную С. И. Сметаниной: «Играющий и иронизирующий автор-повествователь представлен чаще всего как приобщенный к большой политике средствами массовой коммуникации обыватель, менталитет которого опирается на ценности мас-

скульта. Реальное воспринимается им либо как гиперновое, которое так потрясает, удивляет, что он не может скрыть эмоций, удержаться от крепкого слова, эпитетов, оценок... либо, напротив, как гиперзнакомое, слишком очевидное, банальное. В этом случае он воспроизводит событие в простой разговорной форме, выводя из привычного для него контекста, привычного способа описания... Комическое возникает при добавлении к актуальному событию жизненного опыта, знаний, речевой практики (включая клише масскульта) этого обывателя. В результате такой добавки происходит демифологизация официальной версии реального и возникает индивидуальная, бытовая, примитивная» [Сметанина 2002: 268].

Техника примитива реализуется в интервью В. Жириновского на разных уровнях языка, речи и текста. Проиллюстрируем это примерами.

1. Разговорная, просторечная и грубо-просторечная экспрессивная лексика.

Жириновский: *Говорю: кофе мне дайте с молоком! Один раз дадут, потом три месяца не вижу, где это кофе с молоком. Сеуценку откроют, так сразу сожрет кто-то.*

2. Разговорный синтаксис: упрощенные, приближенные к разговорной речи конструкции, неполнота предложений, диалогизация монолога посредством вопросно-ответных комплексов и др.

Вот и сейчас все нарушено! Значит, смотрел видео и отключил караоке, а мы не можем его включить. Я нервничаю. Я должен потом его оскорбить или побить. А как ему иначе доказать, что он негодяй?! Я же не знаю, кто это сделал, их трое! Всех бью. А вы потом это у себя в журнале даете, что Жириновский унижает людей. Видите, какие вы?! Вы провокаторы!

3. На уровне текста примитивизация достигается «переводом значительного, неординарного в разряд бытового и приданием ему утилитарного характера» [Сметанина 2002: 268], ср. перевод проблем, связанных с напряженной партийной работой, на бытовую проблему взаимоотношений с женой (заметим, что в иницирующей вопрос интервьюера тоже заложена юмористическая интенция):

А. Н. : *Наверное, вы даже не успеваете прочитать все эти дурацкие законопроекты, предложения?*

Жириновский: *Да... Вот эти чудаки там выступали сегодня. Все чушь! Я их всех критиковал!.. Потом вот с вами интервью. После интервью придут активисты партии. А в три часа у меня другие парламентские слушания. Потом еще встречи. Потом еще придет арабское телевидение. А ведь нужно еще читать и готовить законопроекты... Не успеваю. Приходится часть работы не выполнять. А вы говорите счастлива ли жена. Я ведь не рядовой член партии, чтобы она была счастлива.*

Хотелось бы немного коснуться еще одного важного момента. Почти любое высказывание любого политика носит в той или иной степени самопрезентационный характер (за исключением так называемых контекстов самодискредитации). Любой политик «играет на повышение» по отношению к самому себе. Не является исключением и В. Жириновский, который, несмотря на юмористическую форму интервью, не упускает случая

подчеркнуть те свои личностные качества, которые вызывают (могут вызвать) одобрение электората. Одновременно В. Жириновский избегает акцентировать те аспекты имиджа, которые могут стать объектами дискредитации со стороны политических оппонентов. Это «неблаговидные факты из прошлого политика; порочащие его связи; действия, несовместимые с должностным или общественным положением; политическая неразборчивость... частая смена позиций; неудачные политические заявления... невыполнение публично данных обещаний; проступки родственников или друзей политика, а также членов его команды» [Ольшанский 2003: 373]. Ничего этого в интервью В. Жириновского нет, однако он постоянно акцентирует «самопозитив», например, знание языков:

А. Н. : *А скажите что-нибудь по-турецки.*

Жириновский: *„Серемес ким сисими биним сердир кадар. Сено масайд бухайяд нейерар!“ Это слова одной турецкой песни: „Никто не полюбит тебя так, как я. Если бы не было тебя, то зачем была бы нужна эта жизнь?“ Такая любовная песенка о любви.*

Реципиент интервью, даже не зная турецкого языка, невольно проникнется уважением к В. Жириновскому как к человеку широко образованному, что, без сомнения, «играет на повышение» и по отношению к Жириновскому-политику.

Примеры самопрезентации В. Жириновского в юмористической форме встречаются в большинстве его выступлений. Однако ограниченный объем статьи не позволяет нам продолжать иллюстрации.

Таким образом, юмористический эффект создается в тексте и интервьюером (установка на комическое в заголовках, внутренних заголовках, вопросах и комментариях), и интервьюируемым. Ответы В. Жириновского — это чисто имиджевая речь, нацеленная на узнаваемость (идентификацию) и поддержание интереса к нему как к политической фигуре. Данное интервью, как и многие иные выступления этого политика, мы считаем «перформансным интервью», призванным выполнять функцию спектакля-комедии. Юмор, репрезентируемый актерской сменой масок, эпатажем и разноуровневым примитивизмом, поддерживает имиджевую легенду о В. Жириновском, и поддерживает вполне успешно, свидетельством чему является популярность этого политика и возглавляемой им партии на протяжении уже двух десятилетий.

В целом же, идентифицируя такую жанровую

разновидность интервью, как политическое интервью-перформанс, можно отметить следующие ее особенности. Это интервью-беседа, близкая к такой разновидности, как портретное интервью, в нем есть черты «звездного интервью» и черты интервью политического (колебание коммуникативной инициативы от интервьюера к интервьюируемому, увеличивающее пространство для комического), а также речевые признаки политического «перформанса» как необходимой части определенного типа имиджа. Неотъемлемой составляющей таких имиджевых типов, как «Актер», «Шут», «Понтер», «Скандалист», является именно комическое начало, которое репрезентируется «в спектакле», в целом «играющем на повышение» репутации политика, но не на ее «понижение».

ЛИТЕРАТУРА

1. Амелин В. Н., Пешков С. И. Учиться побеждать. — М.: Стольный град, 2001.
2. Голанова Е. И. Устный публичный диалог: жанр интервью // Русский язык XX столетия (1985—1995). — М.: Языки русской культуры, 2000. С. 427—452.
3. Грабельников А. А. Работа журналиста в прессе. — М.: РИП-холдинг, 2004.
4. Дускаева Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров. — Пермь: Изд-во Перм. ун-та, 2004.
5. Зарецкая Е. Н. Деловое общение. — М.: Дело, 2002.
6. Иванова И. В. Жанр интервью: формы бытования и языковые особенности: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. — Астрахань, 2009.
7. Иньинго-Мора И. Политическое телеинтервью: нейтралитет и провоцирование // Политическая лингвистика. 2008. Вып. 1 (24). С. 33—38.
8. Кошкарлова Н. Н. Конфликтный и кооперативный типы русскоязычного дискурса в межкультурном политическом пространстве: автореф. дис. — Екатеринбург, 2015.
9. Купина Н. А. Риторика в играх и упражнениях. — Екатеринбург: УрГУ.
10. Лавринова Н. И. Текстовая актуализация речевого поведения коммуникантов в политическом интервью: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. — Архангельск, 2010.
11. Лукина М. М. Технология интервью: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению и специальности «Журналистика». — М.: АспектПресс, 2005.
12. Майданова Л. М. Стилистические особенности газетных жанров. — Свердловск: УрГУ, 1987.
13. Макурина О. А., Кротова М. А. «Звездное интервью»: к вопросу о жанровом паспорте. — Воронеж; Ярославль: Истоки.
14. Михеев А. МакКультура // Иностранная литература. 1996. № 1.
15. Ольшанский Д. В. Политический ПР. — СПб.: Питер, 2003.
16. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры. — СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002.
17. Словарь иностранных слов. — М.: Рус. яз., 1979.

N. B. Ruzhentseva
Ekaterinburg, Russia

IMAGE INTERVIEW-PERFORMANCE OF V. ZHIRINOVSKIY: CHANGE OF GUISE, SHOCK AND PRIMITIVISM TECHNOLOGY

ABSTRACT. *The article characterizes speech and text means of representation of humor in the political image interview. The author presents the political image interview as a secondary genre form, comprising the features of a talk-interview, portrait interview, star interview and political performance, which includes histrionic components attracting a potential reader to the text of interview and the image of the politician. The article discloses the connection of humor as a form of the comic with the image types of V. Zhirinovskiy (“Actor”, “Punter”, “Scandalist”, etc.). The author offers various speech masks of the politician, producing a theatrical effect of his answers to the questions of the interviewer. These masks include the following: a mask of an average person appealing to stable ideas, values and presuppositions of mass consciousness; a mask of a truth-seeker demonstrating sheer sincerity of judgment and evaluation; a mask of a great man – a unique person, confronting the whole world; a mask of an offended politician, who is constantly being attacked by mass media. The author of the article turns to shocking statements of V. Zhirinovskiy and the technology of primitivism realized in the politician’s speeches on the level of language, speech and text and combining the use of colloquial, low colloquial and vulgar colloquial vocabulary; colloquial syntax, simplified colloquialized constructions; translation of serious political problems into the language understandable by the mass addressee and*

giving these problems a utilitarian character. In conclusion, the author generalizes the genre properties of the image interview-performance as a kind of political interview and summarizes the functions of the humor relevant for the given kind of interview.

KEYWORDS: *political discourse, V. Zhirinovskiy, humour, self-presentation, image, performance, interview, speech guise, shock, primitivism technology.*

ABOUT THE AUTHOR: *Ruzhentseva Natal'ya Borisovna, Doctor of Philology, Professor of Department of Rhetoric and Intercultural Communication, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.*

REFERENCES

1. Amelin V. N., Peshkov S. I. Uchites' pobezhdat'. — M. : Stol'nyy grad, 2001.
2. Golanova E. I. Ustnyy publichnyy dialog: zhanr interv'yu // Russkiy yazyk KhKh stoletiya (1985—1995). — M. : Yazyki russkoy kul'tury, 2000. S. 427—452.
3. Grabel'nikov A. A. Rabota zhurnalista v presse. — M. : RIP-kholding, 2004.
4. Duskaeva L. R. Dialogicheskaya priroda gazetnykh rechevykh zhanrov. — Perm' : Izd-vo Perm. un-ta, 2004.
5. Zaretskaya E. N. Delovoe obshchenie. — M. : Delo, 2002.
6. Ivanova I. V. Zhanr interv'yu: formy bytovaniya i yazykovye osobennosti : dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.01. — Astrakhan', 2009.
7. In'igo-Mora I. Politicheskoe teleinterv'yu: neytralitet i provotsirovanie // Politicheskaya lingvistika. 2008. Vyp. 1 (24). S. 33—38.
8. Koshkarova N. N. Konfliktnyy i kooperativnyy tipy russkoyazychnogo diskursa v mezhkul'turnom politicheskom prostranstve : avtoref. dis. — Ekaterinburg, 2015.
9. Kupina N. A. Ritorika v igrakh i uprazhneniyakh. — Ekaterinburg : UrGU.
10. Lavrinova N. I. Tekstovaya aktualizatsiya rechevogo povedeniya kommunikantov v politicheskom interv'yu : dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.04. — Arkhangel'sk, 2010.
11. Lukina M. M. Tekhnologiya interv'yu : ucheb. posobie dlya studentov vuzov, obuchayushchikhsya po napravleniyu i spetsial'nosti «Zhurnalistika». — M. : AspektPress, 2005.
12. Maydanova L. M. Stilisticheskie osobennosti gazetnykh zhanrov. — Sverdlovsk : UrGU, 1987.
13. Makurina O. A., Krotova M. A. «Zvezdnoe interv'yu»: k voprosu o zhanrovom pasporte. — Voronezh ; Yaroslavl' : Istoki.
14. Mikheev A. MakKul'tura // Inostrannaya literatura. 1996. № 1.
15. Ol'shanskiy D. V. Politicheskyy PR. — SPb. : Piter, 2003.
16. Smetanina S. I. Media-tekst v sisteme kul'tury. — SPb. : Izd-vo Mi-khaylova V. A., 2002.
17. Slovar' inostrannykh slov. — M. : Rus. yaz., 1979.

Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Е. В. Шустрова.