

О. С. Рыбчинская

**К ВОПРОСУ О СРЕДСТВАХ УПРАВЛЕНИЯ ХОДОМ КОММУНИКАЦИИ
(на примерах интервью французских политических деятелей)**

Модель политического интервью как беседы, связанной с информированием зрителей о вопросах, представляющих общественный интерес, в последнее время претерпевает определенные изменения. Постановочная

конфронтация в интервью принимает более прямую, более личную и более неформальную форму и в меньшей степени отвечает желанию информировать, чем желанию привлечь внимание публики усилением напряженности в ходе коммуникации.

Такая специфика метакоммуникативной организации политического интервью заключается в изменении механизмов речевой реализации коммуникативных стратегий партнеров по коммуникации и получает наиболее полное отражение при анализе метакоммуникативных ходов (МКХ), которые имеют в первую очередь интеррогативную реализацию со стороны журналиста, но могут смещаться в сторону асертивности и даже иметь соответствующие директивные реализации. С позиции развития интеракции многоаспектными и представляющими интерес для анализа являются и метакоммуникативные комментарии интервьюируемого.

Показательным с точки зрения гетерогенности и насыщенности метакоммуникативными комментариями выглядит отрывок «большого» интервью (le grand entretien) Президента Франции Э. Макрона двум известным французским журналистам Э. Пленель (Médiapart) и Ж.-Ж. Бурден (BFM-TV). Данное интервью о складывающейся политической и экономической ситуации в стране является ярким образцом институционального дискурса в условиях определенного социоролевого взаимодействия (журналист–президент):

мотив и негативная оценка

Журналист: – Vous êtes trompé sur le nom de votre mouvement , vous auriez dû l'appeler en force et si vous avez récemment ajouté le mot unir dans votre communication est-ce que ce n'est pas parce que vous prenez soudain conscience que vous avez divisé le pays au lieu de le rassembler ?

- выяснение иллюкутивной характеристики вопроса

Макрон: – Est-ce une question ou un plaidoyer?

- уточнение иллюкутивного намерения

Журналист: – Non, c'est une question.

- оценка

Макрон: – Il y allait les tournures d'un plaidoyer. Donc si c'est une question.

- иллюкутивная характеристика и оценка

Журналист: – C'est une question. Il n'y a jamais de mauvaises questions, Emmanuel Macron.

- оценка

Макрон: – Mais il n'y a jamais de mauvaises questions , il peut y avoir des questions orientées.

• комментарий содержательной характеристики вопроса, негативная оценка

Журналист: – Il n'y a jamais de mauvaises questions mais il n'y a que de mauvaises réponses.

Макрон: – Mais vous m'avez entendu.

- МОТИВ

Журналист: – Je suis là pour poser les questions qui sont en colère du pays et elles peuvent vous déplaire mais nous sommes là pour le faire.

- тематическая характеристика вопроса

Макрон: – Je répons et je répondrai à toutes les questions. Allons-y. D'une part votre question c'est un amalgame des choses profondément différentes.

- МОТИВ

Журналист: – Mais les mécontentements sont divers.

- содержательная оценочная характеристика

Макрон: – Mais c'est tout à fait juste et ces mécontentements ont des racines profondément différentes. Les uns sont liés aux décisions prises, les autres sont liés à un mal-être qui préexistait à mon élection. Et donc vouloir faire masse c'est en quelque sorte présenter tout cela comme relevant d'une cohérence. Juste je conteste que l'orientation de votre question qui viserait à avoir une logique ou à vouloir créer une coagulation dans ces mécontentements.

Журналист: – Non, Emmanuel Macron.

- оценка формулировки вопроса

Макрон: – Je vais répondre très précisément... Quand une question est posée, il est légitime d'abord d'y répondre mais aussi de souligner quand elle est posée de manière biaisée ce qui était le cas.

– Non.

- тематический ретроспективный ответ

Макрон: – Ensuite, vous avez vous-même dans votre question apporter la réponse. J'ai parlé d'unir il ya quelques jours mais vous l'avez dit vous-même. Dès le jour de mon investiture j'ai parlé de réconcilier le pays, donc ce n'est pas une nouveauté.

Анализ показывает, что основными тактическими приемами политического интервью являются негативный оценочный метакоммуникативный комментарий, а также метакоммуникативные комментарии оценки общего содержания высказывания интервьюера на предмет истинности/ ложности, на предмет необъективности интервьюера в представлении фактов и событий.

С. С. Сарвилина

РЕКЛАМНЫЙ ДИСКУРС: ОБРАЩЕНИЕ К ЯДЕРНЫМ ЭЛЕМЕНТАМ КУЛЬТУРНОЙ ПАМЯТИ СОЦИУМА

Реклама в современном мире оказывает мощное влияние на общественное и индивидуальное сознание, отличаясь высокой степенью суггестивности, использованием тактик непрямого воздействия на аудиторию. Рекламный дискурс привлекает особое внимание, так как он ориентирован на отражение норм, ценностей, культурных предпочтений общества.