

О. Ф. Русакова

ШОУ-ПОЛИТИКА: ДИСКУРС-АНАЛИЗ

Шоу-политика сегодня формирует способы жизнедеятельности массовой культуры в обществе массового потребления. «Развлекай и властвуй» — вот

главный девиз шоу-политики. Политику, театр и шоу-бизнес объединяет обязательное присутствие во всех трех типах коммуникации сильного

игрового начала. Участниками политической игры выступают политические субъекты, или акторы, есть также определенные правила политической игры, зафиксированные в законодательных актах, указах, протоколах, традициях, ритуалах. В шоу-бизнесе, как и в реальной политике, игра носит остроконкурентный характер. Современная политика, как и шоу-бизнес, не может успешно развиваться без таких средств и источников влияния, как СМИ, реклама и PR.

В отличие от спектакля, разыгрываемого на сцене, шоу носит принципиально *интерактивный* характер. В шоу актеры и зрители если и разделены в пространстве, то не рампой, а экраном. В телевизионной студии, на улицах и площадях коммуникативные барьеры между выступающими и зрителями сведены к минимуму. Для шоу это очень важно, поскольку одна из его главных задач — *вовлечение публики* в игровые моменты происходящего на ее глазах действия. В связи с тем, что в игру вовлечены все участники, шоу приобретает черты карнавальной культуры, которая выполняет функцию организации праздника, позволяющего людям выйти за рамки и нормы повседневной рутинной жизни. Подлинное шоу, содержащее элементы карнавальной культуры, заметно отличается от пафосных, серьезных религиозных и политических церемоний, которые, на наш взгляд, можно назвать шоу с определенной натяжкой. Функцию масок здесь выполняют определенные роли-амплуа: ведущий ток-шоу, оппоненты, группы поддержки, интерактивный зритель. В последнее время все чаще карнавально-игровой стиль становится неизменным атрибутом политических кампаний и акций, включая избирательные кампании и партийные съезды.

Празднично-карнавальный характер шоу отвечает на определенный заказ общества массовой культуры и массового потребления. Таковым, в частности, является *гедонистический заказ* — на получение удовольствия особого рода. Характер ожидаемого от шоу удовольствия сродни удовольствию, получаемому от галлюциногенных препаратов. Это нашло отражение в лексиконе, употребляемом прежде всего в молодежной аудитории. Производство кино не случайно называют «фабрикой грез». Такими же фабриками грез являются разновидности телевизионных шоу — «мыльные оперы», «фабрики звезд», многочисленные «шоу со звездами» и т. п. Главным для понимания особенностей дискурса шоу является вопрос о том, *какие властные ресурсы заложены в шоу-дискурсе?*

Культура слова в символическом пространстве культуры вытесняется видеокulturой. Источником культурной информации в эпоху медиакратии становятся экранные СМИ. «Картинка» в соединении со звуком обладает большей суггестивной силой, чем вербальные знаки. Символическое

поле значений и смыслов, формируемое с помощью экранной картинки, постоянно расширяется, вытесняет на периферию массовой культуры рациональные компоненты. В обществе массового потребления и массовой информации все более зрелищными становятся городские ландшафты, места массового пребывания.

Можно выделить следующие жанровые шоу-дискурсы: дискурс телевизионного ток-шоу, дискурс «шоу со звездами», дискурс карнавала, дискурс тематического конкурсного шоу, дискурс креативной командной игры, дискурс реалисти-шоу, дискурс модельного шоу, дискурс спортивного шоу, дискурс event-шоу. Существуют также особые жанры политических шоу. Дискурс большинства шоу выстраивается в соответствии с определенными постановочно-исполнительскими требованиями: 1) *«клиповость»*; 2) *драматичность*; 3) *циклическая основная мессиджа*; 4) *яркость и эмоциональная эффектность* транслируемых образов. Опытные пиарщики и шоу-мейкеры знают, что клиенту не надо давать опомниться от шоу-атаки. Зрелище должно постоянно удерживать внимание публики, развлекать ее все новыми «переменами блюд». Во время шоу ни в коем случае не должны образовываться паузы, лишённые информативно-эмоционального насыщения. Перформанс может осуществляться либо по нормативному принципу «игры по правилам», либо по принципу управления неопределенностью. Фаза перформанса шоу-дискурса содержит презентационный компонент, который имеет свою динамическую структуру. Структурной единицей презентационного плана перформанса, с нашей точки зрения, является *презентационный шаг*. Нарративный компонент перформанса шоу-политики представляет собой цепочку презентационных шагов, выливающих в целостный или фрагментарный рассказ о главном герое шоу. В целях усиления у публики доверия к кандидату политической презентационный нарратив должен обладать *амбивалентным дуальным характером*: 1) раскрывать образ кандидата по формуле «один из нас»; 2) говорить о кандидате как об уникальной личности, способной лучше других решать проблемы нации. Соединение в одном презентационном нарративе элементов тождественности с народом и превосходства в уникальности лучше всего отвечает таким важным эмоционально-ментальным потребностям публики, как идентификация с лидером и присоединение к успеху будущего руководителя нации. Убедительность образа, формируемого посредством презентационного нарратива, будет значительно усилена, если включить в содержание сюжеты, раскрывающие его достижения сразу в плане двух имиджевых архетипов: 1) архетип строгого, но справедливого «отца»; 2) архетип заботливой «матери».