

**Текстовый ассоциат.** Пространственный образ «пустыня», в купе с сюжетными особенностями повести «Джан», вызывает устойчивые ассоциации с евангельским сюжетом о сорокалетних скитаниях Моисея и народа израильского. В этой связи актуализируется эмотивная доминанта очищающего страдания, связанного с пространством пустыни.

Итак, мы проанализировали пространственный образ «пустыня» по предложенной М.В. Дудоровой модели. В перспективе возможен анализ других ключевых пространственных образов повести «Джан» и сопоставление их между собой с целью выявления связей и определения особенностей организации пространства в произведении.

### Список литературы

*Дудорова М.В.* Категоризация мира в поэтическом тексте (на материале поэзии И. Анненского) : автореф. дис. ... канд. фил. наук / М.В. Дудорова ; Уральский гос. ун-т [Электронный ресурс]. – Екатеринбург, 2006. – Режим доступа: <http://annensky.lib.ru/notes/dudorova/dudorova.htm#Дудорова> (дата обращения: 06.11.2011).

## ИНТЕРВЬЮ В ГЛЯНЦЕВОМ ЖУРНАЛЕ: СОВРЕМЕННАЯ ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКАЯ МОДИФИКАЦИЯ

*М.В. Соболева*

*Научный руководитель: И.Н. Борисова,  
доктор филологических наук, профессор*

Проблема изучения жанров современных СМИ в наше время становится все более и более актуальной, так как происходит изменение жанровых норм, размывание границ стилей и жанров. Требования к соблюдению тех или иных норм в современном мире и, в частности, в журналистике перестает быть таким строгим, как десять и даже пять лет назад. Наоборот, стиль, набор речевых средств, да и сама тематика сообщения подстраиваются под вкус и требования адресата, зависят от выбора аудитории, на которую они рассчитаны. Эти тенденции в настоящее время стали проявляться с наибольшей частотностью – на первое место начал выступать адресат, и жанры СМИ так или иначе начали избирать новые пути существования, подстраиваться под запросы аудитории.

Интервью как жанр средств массовой информации можно назвать гибридным жанром, совмещающим в себе черты нескольких стилей и способов построения речи. Интервью стоит на стыке публицистического и разговорного, диалогического и монологического текстов.

Черты публицистики в интервью связаны с его жанровой

характеристикой. Важнейшими функциями публицистического стиля являются информационная и воздействующая, или экспрессивная, которая заключается в создании определенного мнения у читателя, его убеждении в правоте авторской позиции. Таким образом, «основной функцией, вбирающей вышеуказанные, является воздействующе-информационная, с акцентом на аспекте воздействия» [Кожина 2008: 334]. Интервью в глянцевого журнале практически всегда характеризуется доминированием экспрессивной функции, что определяется установкой на раскрытие личности интервьюируемого, которая и представляет наибольший интерес для читателя такого рода издания. Ставя на первое место реализацию воздействующей функции сообщения, современная публицистика вбирает в себя такие черты, как диалогичность, экспрессивность, оценочность, которые являются важнейшими признаки разговорного стиля. «Стилистика реализации воздействующей функции становится более разнообразной, раскованной, индивидуализированной. Теперь почти каждая газета имеет свое лицо, а каждый журналист стремится к проявлению своего авторского Я, своего стиля. В журналистской речи находит отражение побудительная модальность, оценочность, диалогичность» [Кожина 2008: 365].

Общий лингвистический облик современной публицистики существенно изменяется за счет использования разговорных средств всех языковых уровней. «Для публицистики новейшего времени характерно стилистическое многообразие, раскрепощение речи в сторону снижения стиля. Повышение функции воздействия в речи современных СМИ проявляется в бурном росте разговорного начала в жанрах современной публицистики, в основе которого лежит диалог. В диалоге на первое место выступает автор, личность говорящего, обладающая гораздо большей языковой свободой и отсутствием каких-либо социальных предписаний по поводу употребления тех или иных языковых форм. Это свободный, ничем не ограниченный жанр, дающий право собеседникам беспрепятственно выбирать любую тему для разговора и строить диалог исходя из своих целей, потребностей, которые они преследуют в данном общении, черт их характера и психологических особенностей. Диалог характеризуется неподготовленностью, ситуационной обусловленностью, неофициальностью. Поэтому, подобно диалогу разговорного стиля, в интервью все чаще и чаще проникают такие признаки разговорного стиля, как использование просторечной лексики, вплоть до жаргонной, фамильярность, вулгаризация языка, что часто связано с речевой индивидуальностью собеседников и демократичностью издания.

Процесс “экспансии” разговорной речи вплоть до просторечия и нелитературных языковых средств приобрел небывалые масштабы и интенсивность. Стилевая норма публицистической речи сдвигается в

сторону разговорности, раскованности и свободы» [Кожина 2008: 365]. Наиболее отчетливо этот процесс можно отследить в изданиях глянцевого типа, где стилевые нормы полностью подчинены личности адресата, на которого рассчитано издание. Понятно, что специфика любого рода изданий основана на том, на какую аудиторию это издание нацелено. Однако жанр интервью в глянцевом журнале предполагает наиболее неоднородную аудиторию, с различными интересами, информационными запросами и взглядами, ориентируясь на которую, журналисту необходимо избирать определенный стиль общения, манеру подачи материала. В периодических глянцевых изданиях существенен гендерный признак аудитории, так как основной адресат таких журналов, на которого прежде всего ориентировано издание, – девушки, принадлежащие к молодежной социальной среде. Стилистика изданий, рассчитанных на молодежь, в значительной мере отличается от аналитических программ высокой степенью интимизации, раскованности. В таких изданиях имитируется неофициальность, их отличает непринужденность, вплоть до фамильярности. Широко используется молодежный жаргон: *классно, круто, фиг его знает, стеб, мне в лом как-то* [С 11.2009: 217], *нагадить, прикольные, бзик, не парюсь* [Т 2.2011: 179]; англицизмы: *диджей, non-stop* [С 11.2009: 216], *мультибренд, total look, «Чикен Макнаггетс»* [Т 2.2011: 180]; музыкальные термины, название брендов, термины, связанные со сферой шоубизнеса: *non-артисты, r'n'b, электронная музыка, танцевалка* [С 11.2009: 216], *Zara, Ginza Project* [Т 2.2011: 182]; принятые в молодежной среде речевые стереотипы. Кроме того, речь пронизана иронией. Такая речь создает атмосферу общей игры, несерьезной, «невзрослой» тональности общения [Чепкина 2001: 231].

Разговорность в интервью глянцевого типа проявляется не только с точки зрения выбора языковых средств, но также при анализе текстовых категорий, которые используются в жанре интервью.

Как в разговорном стиле, так и в жанре интервью глянцевого журнала присутствует тематическая цепочка я-темы. Предметная тема интервью подчинена прагматической цели – раскрыть личность говорящего, весь текст сосредотачивается вокруг личности интервьюируемого. В результате я-тема, самопрезентация говорящего перемещается в ранг предметной темы текста, становится фактором его цельности: *Я напоминаю себе слона, который тащит за собой 148 пакетиков с заботами, маленьких и больших коробочек, чемодан, санки, стол с одной ножкой...* [Т 2.2011: 179]; *у меня шикарный спортивный автомобиль, а я совершенно им не пользуюсь* [Т 2.2011: 182] и т.д.

Если рассматривать категорию субъективной модальности, то она в разговорном и публицистическом стилях проявляется по-разному, однако тенденция публицистической речи к усилению разговорности определяет

способы проявления субъективной модальности в публицистическом тексте. При живом диалоге акцент переносится на эмоциональное самовыражение говорящих. Разговорный текст – это чаще всего не столько обмен информацией, сколько обмен мнениями и переживаниями по поводу определенной информации. То же самое наблюдаем в интервью: *Я не люблю скорость и не люблю гонять за 200. Это небезопасно по нашим дорогам. Но мне нравится ездить на мощной машине 60 км/ч и знать, что она мощная* [С 11.2009: 216]. Здесь отношение говорящего к сообщаемому открыто выражается благодаря словам: *люблю – не люблю*. Там же: *Если одежда грязная, мне это не нравится; Я не считаю, что веду себя как-то неправильно или делаю что-то не то...; Но я абсолютно убеждена, что та модель поведения, которую я представляю, и то, что я советую, это правильно*. Так же, как в разговорном диалоге, в интервью в глянцевого молодежных изданиях акцент ставится на субъективную оценку действительности говорящим. Интервьюируемый может относиться к сказанному по-разному, исходя из своих личных суждений, целей и психологических особенностей, что отличает данный вид интервью, например, от интервью в новостной публицистике, в бизнес-изданиях, где в фокусе внимания журналиста и интервьюируемого обсуждаемая проблема и пути ее решения, предполагающего объективность в подаче излагаемых фактов.

Если рассматривать категорию оценочности, которая отражает психологическое самораскрытие автора, его оценку отображаемого, речевого партнера или самого себя, то можно сказать, что разговорно-публицистический текст интервью располагает целым набором семантически производных слов интеллектуально-оценочного характера: *отлично, выгодно, удачно, гениально, блестяще* и др. Например: *Естественно, надо как-то держать себя в форме, а это серьезная и утомительная работа; А что в этом плохого? Я не считаю, что веду себя как-то неправильно или делаю что-то не то...; Наверное, проблема в том, что во мне соединяются несоединимые вещи. Если бы я была полной дурой, мне бы простили светскую жизнь; Года 4 мне никто не отвечал. И когда ответили я уже настолько перехотел... К тому же первые контракты у меня были крайне неудачными, кабальными* [С 11.2009: 216]. В последнем случае отрицательно окрашенное слово *неудачными* подкрепляется еще более интенсивным и стилистически маркированным словом *кабальными*, выстраивая определенную градацию признака результата процесса, к которому у говорящего сложилось определенное отношение.

Можно отметить еще особое проявление категории тональности в интервью рассматриваемого типа. Особенность заключается в том, что выражение категории тональности характеризуется свободным

построением фраз и предложений, а также не обладает единством тонального фона, например: *Знаете, меня мучает одна загадка (Знаете – как форма свободного обращения к аудитории); Почему меня ненавидят так же единодушно, как Гитлера, мне непонятно* (выражение собственного отношения к проблеме выражено формально в качестве риторического вопроса). *Наверное, проблема в том, что во мне соединяются несоединимые вещи (Наверное – выражение предположения, догадки, свойственное текстам с нежесткой структурой). Давайте не будем разочаровывать читателей и скажем, что именно так все и происходит (Давайте не будем – форма свободного обращения к аудитории, откровенно ироничная тональность высказывания).*

Таким образом, в последнее время интервью претерпевает серьезные изменения с точки зрения соблюдения жанровых норм, включает в себя стилистические особенности разговорного стиля, что связано с современной тенденцией к демократизации нормы. Наиболее ярко это проявляется в интервью в гляцевых молодежных изданиях, направленных на удовлетворение запросов читательской аудитории – разнородной и, как правило, интеллектуально не подготовленной, что приводит к снижению стиля в сторону разговорности и приближению языка к языку усредненного читателя.

### Список литературы

*Борисова И.Н.* Русский разговорный диалог: структура и динамика / И.Н. Борисова. – Изд. 2-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2007. – 320 с.

*Земская Е.А.* Политематичность как характерное свойство непринужденного разговора / Е.А. Земская // Разновидности городской устной речи. – М., 1988. – С. 234-240.

*Кожина М.Н.* Стилистика русского языка : учебник / М.Н. Кожина, Л.Р. Дускаева, В.А. Салимовский. – М.: Флинта : Наука, 2008. – 464 с.

*Лаптева О.А.* Живая русская речь с телеэкрана. Разговорный пласт телевизионной речи в нормативном аспекте / О.А. Лаптева. – Изд. 5-е, стереотипное. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 520 с.

*Леонтьев А.А.* Функции и формы речи / А.А. Леонтьев // Основы теории речевой деятельности / отв. ред. А.А. Леонтьев. – М., 1974. – С. 241-254.

*Майданова Л.М.* Практическая стилистика жанров СМИ. Заметка, интервью, статья : учеб. пособие / Л.М. Майданова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1996. – 52 с.

*Матвеева Т.В.* Функциональные стили в аспекте текстовых категорий: синхронно-сопоставительный очерк / Т.В. Матвеева. – Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1990. – 172 с.

*Чепкина Э.В.* Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995-2000) / Э.В. Чепкина. – Екатеринбург : Изд-во Урал ун-та, 2001. – 279 с.

COSMOPOLITAN. – 2009. – Ноябрь. – С. 214-218.

TOPBEAUTY. – 2011. – Февраль. – С. 176-185.