

Шмелева 1993].

Описание речевого мира современного горожанина невозможно без представления той речевой среды, которая его окружает. Собранный в условиях естественной городской среды материал служит надежной базой для осмысления разнообразных форм языкового существования личности в условиях происходящих на наших глазах социальных перемен.

Список литературы

Маринова Е.В. Иноязычные слова в русской речи конца XX – начала XXI в.: проблемы освоения и функционирования / Е.В. Маринова. – М. : ООО «Издательство ЭЛПИС», 2008. – 495 с.

Панов М.В. О частях речи в русском языке / М.В. Панов // Науч. докл. высшей школы. Филол. науки. – 1960. – № 4. – С. 8-14.

Тимофеева Г.Г. Письменная фиксация иноязычных слов в ситуации заимствования (на материале новой лексики английского происхождения) / Г.Г. Тимофеева // Вестник Ленинградского ун-та. – 1991. – № 3. – С. 40-45.

Шмелева Т.В. Ключевые слова текущего момента / Т.В. Шмелева // Collegium. – 1993. – № 1. – С. 33-41.

ЛИЧНОСТНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СОБЕСЕДНИКА В «ЗВЕЗДНОМ» ИНТЕРВЬЮ

Г.В. Плясова

*Научный руководитель: О.А. Михайлова,
доктор филологических наук, профессор (УрФУ)*

«Интервью – это акт коммуникации, предполагающий диалогическое общение журналиста с респондентом в ситуации последовательного чередования вопросов и ответов, с целью получения информации, мнений и суждений, представляющих отдельный интерес» [Ильченко 2003: 50]. Интервью относится к жанрам публицистического стиля и обладает яркими композиционно-языковыми признаками, которые обусловлены его социальной значимостью. Собеседником в интервью обычно выступает известная в какой-либо сфере деятельности личность, к которой проявляют интерес рядовые граждане.

Концепция глянцевого журнала такова, что ее с легкостью можно свести к трем основным понятиям – красота, деньги, успех, именно поэтому в таких изданиях большое место занимают интервью со звездами шоу-бизнеса. Кого мы традиционно называем звездами? Г.Я. Солганик предлагает следующее определение: «*Звезда* (во 2 значении) *Перен.* О человеке, прославившемся в какой-либо сфере деятельности: о знаменитости» [Солганик 2008: 232]. Н.Ю. Шведова дает несколько иное

толкование лексемы *звезда*: «о деятеле искусства, науки, о спортсмене: знаменитость» [Толковый словарь 2007]. То есть звезда – это человек, признанный известным (в определенной части общества или во всем обществе) благодаря своим талантам, творческим способностям. Он вызывает повышенный интерес к своей персоне, его личность, как правило, «тиражируется» во всех СМИ для поддержания «звездного» статуса (лексема «звездный» в данном случае не имеет отрицательной коннотации, в отличие от устойчивого сочетания *звездная болезнь*, означающего «высокомерное, чванливое поведение лица, пользующегося большой известностью, популярностью» [Солганик 2008: 233]).

Задача интервью со звездой – подчеркнуть, «высветить» звездный статус личности, открыть особенности ее характера, привлечь к ней внимание читателя. Это достигается двумя способами: эксплицитным (т.е. вербализованным, формально выраженным) и имплицитным (т.е. неявным, подразумеваемым). К эксплицитным средствам «звездности» относятся определенные сигналы, по которым читатель узнает, что это интервью со звездой; к имплицитным – собственно построение текста, замысел интервью, реализованный в этом построении (звездный статус личности проявляется через создание ее имиджа в интервью).

Как показали материалы, эксплицитными средствами (маркерами) являются названия рубрик журналов со «звездными» интервью, заголовки, отдельные лексемы и др. Рассмотрим некоторые маркеры.

Обычно интервью со звездами располагаются в журналах под определенными рубриками. Эти рубрики могут иметь «говорящее название», заранее указывающее на звездный статус интервьюируемого: *Звездное досье* (журнал «Yes!-звезды»), *Звездный рецепт* (журнал «Cosmopolitan beauty») – в самом названии рубрики присутствует прилагательное, однокоренное номинации ее героев, поэтому читателю понятно, что в рубрике будут фигурировать исключительно известные люди – звезды.

Аналогична предыдущим названиям рубрика *Star shopping* (журнал «Yes!-звезды»), в которой используется английский эквивалент русскому *звезда* – *star*. В переводе на русский язык название рубрики звучит как «звездные покупки, звезды покупают».

V.I.P.-зона (журнал «Bravo»). Название образовано сложением английской аббревиатуры и русского слова. V.I.P. (от английского «very important person») переводится как «очень важное лицо», а окказионально расшифровывается по-русски – «весьма именитая персона» (ВИП). Аббревиатура обозначает лицо, имеющее право на персональные привилегии ввиду своей состоятельности в финансовом, политическом, социокультурном или ином плане. Выражение «весьма именитая персона» появилось как единичное обозначение к собирательным понятиям

аристократия, высший свет (бомонд). В самом названии рубрики «V.I.P.-зона» определяется круг интервьюируемых – известные личности, звезды, элита.

Glamdiva (журнал «Glamour») – название также образовано сложением двух основ: усеченная основа *glam* – от популярного в современном обществе заимствования *гламур* (от английского слова *glamour*, буквально переводящегося как «шарм», «очарование», «обаяние») и русского *дива*. Гламур в сознании современного человека – это образ роскошного стиля жизни, блеска, всего, что обычно изображается на обложках модных журналов. В качестве синонима слова *гламур* применительно к модным журналам часто используется профессионализм *глянец*. *Дива* изначально – эпитет, даваемый меломанами первоклассным певицам. Сейчас это понятие расширилось, в журнале под этой рубрикой предлагаются интервью со знаменитыми девушками, независимо от рода их деятельности, но обязательно *гламурными*.

Лицо с обложки (журнал «Cosmopolitan»): на обложку журнала по обыкновению помещают фотографию известного человека, причем того, о ком будет представлен обширный материал, интервью. Это понятие соотносится со словом «гламур» (то, что изображается на обложках дорогих модных журналов).

Вторая яркая группа маркеров – специфические лексемы, употребляемые автором интервью по отношению к собеседнику. Для читателя это особые опознавательные знаки, определяющие «звездный статус» говорящего и характер беседы со звездой. Помимо основной лексики *звезда*, есть и другие единицы, семантически с ней связанные.

В Русском ассоциативном словаре [Русский ассоциативный словарь 1994] представлены следующие реакции на стимул *звезда* (в значении «известная личность»): *эстрада, сцена, герой, знаменитость, артист, видеоклип, экран, блеск, кино* и др. Эти лексемы составляют идеографическое поле слова *звезда*, именно они работают на читательское узнавание статуса личности в интервью.

Приведем некоторые примеры:

Когда ты впервые почувствовал себя звездой?

А у тебя звездная болезнь есть? (Звездная болезнь – «высокомерное, чванливое поведение лица, пользующегося большой известностью, популярностью» [Шведова 2007]);

У нашей редакции есть такая особенность – зачислять всех знаменитостей в разряд либо сложных, либо приятных. (Знаменитость = знаменитый человек, т.е. «пользующийся всеобщей известностью» [Шведова 2007]);

Можешь вспомнить какой-нибудь странный случай, связанный с

ужасным поведением твоих поклонниц? (Поклонник чего/кого. «Человек, который поклоняется (влюблен в кого-н.) кому, чему-н., почитатель (поклонник чего-н. таланта)» [Шведова 2007]);

Вас не смущает ваша популярность у людей за 50, например? (Популярность – «известность, широкое внимание, общественные симпатии к кому-, чему-л.» [Солганик 2008: 498]. Популярность какого-либо известного человека можно определить как высокую степень его востребованности в определенной области жизни общества. На возникновение популярности в некоторых случаях влияет мода, и наоборот. Так же, как и мода, популярность привязана к определенному и, как правило, небольшому отрезку времени);

У тебя постоянно просят автограф. А ты когда-нибудь брала их? (Автограф – «собственноручная, обычно памятная, надпись или подпись» [Солганик 2008: 498]. Как правило, автографы берут у известных, знаменитых людей как памятный знак о встрече с этим человеком);

Вот сейчас будет музыкальная премия, я боюсь, что опять что-нибудь отчебучу на ковровой дорожке... (В последние десятилетия расстиланье красной ковровой дорожки (с англ. *red-carpet treatment*, что означает «прием на высшем уровне») традиционно стало использоваться для чествования VIP-персон и других знаменитостей на официальных мероприятиях);

Такое впечатление, что вы не любите блистать на светских вечеринках и на страницах глянцевого журналов... (В сознании читателей светские вечеринки ассоциируются с богатыми и знаменитыми личностями. Светские мероприятия обычно посещают звезды и их ближайшее окружение для того, чтобы обратить на себя внимание общественности, прессы);

Когда-нибудь у вас возникали проблемы с папарацци? Папарацци (с итал. *paparazzo* – назойливый, особенно пищущий комар) – журналисты-фоторепортеры, чья работа заключается в том, чтобы запечатлеть сцены из личной жизни звезд шоу-бизнеса (и других знаменитостей) без их ведома и согласия.

Таким образом, благодаря функционированию в «звездном» интервью подобных лексем, читатель может безошибочно определить, что интервьюируемый – известная личность, которая принадлежит сфере шоу-бизнеса.

Имплицитным средством представления личности собеседника в «звездном» интервью можно считать такую композиционную категорию, как тематический блок. В большинстве случаев композиция интервью основана на принципе импровизированной беседы, предполагается, что журналист не готовит конкретные вопросы для интервью, а задает их спонтанно, по ходу разговора, исходя из ответов интервьюируемого. Тем

не менее, перед беседой с известным человеком интервьюер очерчивает для себя определенный круг тем, которые, по его мнению, должны быть освещены в процессе разговора. Как правило, «звездные» интервью – это достаточно неформальный диалог о личной жизни звезды, об истории ее успеха или о «внешних» событиях, напрямую ее затрагивающих.

В «звездных» интервью молодежных журналов можно выделить следующие стандартные тематические блоки, располагающиеся в определенной последовательности:

– детство, приезд в столицу (вопросы знаменитостям из провинциальных городов) – «до» и «после»: *На кого ты обращала внимание в школе?, Ты с детства хотел стать артистом?, Ты хорошо учился?, Какое прозвище у тебя было в детстве?, Ты приехал в Москву, чтобы стать актером. Чем тебя поразила новая среда. Вы сильно изменились за время, что вы находитесь в Москве?;*

– работа/карьера, творческие планы: *Ты же начинала работать моделью. Кто тебе предложил первый контракт?, Ты помнишь свою первую зарплату?, Какую роль тебе хочется сыграть?, Нет ли у тебя желания попробовать себя в других видах искусства?, Вы сейчас что-то пишете или готовитесь снимать?, Какой должна быть роль, чтобы вы согласились ее сыграть?;*

– популярность и поклонники: *У тебя есть секрет – почему твоя музыка так популярна во всём мире?, Ты помнишь, как первый раз увидела себя на телеэкране?, Когда же ты впервые почувствовал себя звездой?, Можешь вспомнить какой-нибудь странный случай, связанный с ужасным поведением твоих поклонниц?;*

– светская жизнь, увлечения и досуг, музыкальные / литературные / кинематографические пристрастия: *На светских раутах и гламурных вечеринках дресс-код сложно игнорировать. Как выходите из положения?, Такое впечатление, что вы не любите блистать на светских вечеринках и на страницах глянцевого журналов..., Вы любите свет? Рестораны, бриллианты... Или вы гольфист и домосед?; А чем ты занимаешься в свободное время?, Как ты отдыхаешь?, Что ты читаешь? И есть ли время на литературу?;*

– слухи, папарацци и желтая пресса, провокационные вопросы: *Когда-нибудь у вас возникали проблемы с папарацци?, Ходят слухи о Вашем романе с Ксенией Собчак. Правда ли это?, Проводили ли вы вместе с женой Константина Эрнста ночь, как описано в блоге *glavred?*, Ходят слухи, что ты собралась уйти со сцены..., Момент нечестности в вашей профессии есть?;*

– личная жизнь (вопросы о семье и друзьях): *Как ты думаешь, семейное счастье – это данность или работа?, А тебе сложно было решиться на второго ребенка?, Вы своего ребенка тоже собираетесь по*

таким канонам воспитывать?, У тебя много друзей?, Кто твой лучший друг?, С кем бы ты хотел дружить?;

– «психологические вопросы»: вопросы о гармонии с самим собой и с окружающими людьми: *Чего тебе не хватает?, Что бы ты изменил в мире вокруг себя?, Что может вывести тебя из себя?*

Несмотря на то что, казалось бы, темы интервью со звездой немногочисленны и стандартны, журналисты разрабатывают их во все новых направлениях, одна тема плавно порождает другую, что способствует целостному раскрытию личности собеседника.

Особый интерес представляют имплицитные показатели, представляющие читателю невербальные проявления некоторых характеристик респондента (интонация, мимика, жесты, позы, внешний вид и т.п.), помогающие уточнить сообщаемую им информацию, раскрыть ее истинное содержание, которое иногда может противоречить словесному сообщению, выявить его отношение к тем или иным ситуациям:

– **авторские ремарки посреди ответов интервьюируемого как средство визуализации и характеристики героя интервью:**

визуализация смеха героя: – *И что такого недавно ты делала? – Кушала в Макдоналдсе! (Хохочет); – До «Фабрики» у тебя было много поклонниц? – Их практически не было. Ну одна, ну две... Хотя, нет, насчет этих двух это я погорячился (улыбается);*

визуализация общего настроения героя, изменения его состояния, поведения, действий: – *Ну а споры, какие-то конфликты при создании музыкального материала у вас возникают? – (Оживляется). Ну да, возникают творческие споры. И не творческие тоже; – Вы еще детей хотите? – (Уверенно). Да! Но если только через год или позже; – Есть ли у вас какие-то пункты в контракте, которые вам не очень хочется выполнять? Леся (полушутя): Там написано, что если мы поправимся, нас могут выгнать из коллектива. Так что мы обязаны ходить в спортзал. Настя (глядя на Машу, улетающую чипсы): Так что чипсы – это не наша еда, это для молодых людей, что рядом сидят (общий смех).*

визуализация речевых характеристик героя: – *Какую одежду вы бы не надели никогда в жизни? – (Хором). Женскую!; – Какой рингтон у вас сейчас на телефоне? – Мелодия из «Криминальной России». (Начинает напевать: «Там-тара-там, сегодня в Новокузнецке обнаружена большая партия наркотиков»). А тот, кто меня набирает, вместо гудков слышит Тимати!*

– **передача речевых особенностей говорящего как средство визуализации и характеристики героя интервью:**

вербализация «мыслительной деятельности» интервьюируемого:

– *Как думаешь, чем твоя жизнь отличается от жизни обычных*

девчонок, твоих ровесниц? – М-м-м... (Задумывается). Ну, в первую очередь, ненормированным рабочим днем и тем, что я не могу ничего до конца запланировать.

– Столица Австралии? – Ммм... не Сингапур, а... Мельбурн! Нет, не Мельбурн... Канберр... Канберр?

– употребление иконических знаков в ответах звезды (смайликов, от англ. smile – «улыбка»). С помощью них журналист невербально передает эмоции говорящего: – К чему ты стремишься? – Мне очень нравится, как звучит испанский язык, – вполне вероятно, буду петь на испанском. ;) – Если бы твоя девушка была вампиром, как бы ты реагировал? – Все женщины отчасти вампиры. Любят вкус крови – мужской)); – На ком вы обычно срываете зло? – На том, кто под руку попадется :)

– авторский текст, которым предваряется интервью, – в нем журналист может описать внешний вид, настроение, поведение звезды, с которой он будет беседовать. Это способствует концентрации внимания на образе героя, вызывает повышенный интерес у читателя своей детализацией. В данном тексте журналист нередко поддерживает имидж знаменитости, указывает на «степень звездности» того или иного персонажа: он может выступить и как «свой парень/девчонка», и как «звезда мирового масштаба»:

Приехав в сад «Эрмитаж», чудесное место в центре Москвы, мы увидели Влада Соколовского, одиноко грезившегося на солнышке на скамейке. Оказывается, всю ночь до нашей встречи он готовился к экзамену, и поэтому на интервью пришел слегка в одуревшем состоянии. «Две пятерки», – опережая вопрос, довольно улыбается Влад. Данный текст предваряет интервью с участником группы «БиС», выпускником «Фабрики звезд», Владом Соколовским. У читателя не создается никакого ощущения «звездности» героя, он изображается как обычный молодой человек, студент.

Калифорнийский курорт Санта-Моника с семи утра залит солнцем. Лучи и блики на вымытых автомобилях, на горячих дверных ручках, везде. Они же сверкают на бусах Lanvin, украшающих шею Кейт Бекинсейл. Актриса с раннего утра нежится на диване, выставленном на открытую площадку местной гостиницы Casa del Mar. Она непредусмотрительно надела закрытую черную блузку (похоже, Stella McCartney), хорошо хоть обувь на высоченных каблуках – открытая. Девушка теребит крупный жемчуг и шепчет какие-то двусмысленности в маленький телефон. Этот отрывок – вступление к интервью с актрисой Кейт Бекинсейл. В нем ярко показан образ супер-звезды (через описание внешности и обстановки, окружающей знаменитость).

Данный прием представления невербального поведения личности,

закрывающийся в характеристике внешности, характера, поведения, обстановки, окружающей звезду, используется журналистом для «сближения» с аудиторией, доверительности, интимизации, снятия излишней официальности.

Беседа со знаменитостями приобретает в наше время огромную популярность, жанр «интервью со звездой» получает все большее распространение в СМИ, поэтому проблема «звездного» интервью требует подробного изучения.

Список литературы

Ильченко С.Н. Интервью в журналистском творчестве : учеб. пособие / С.Н. Ильченко. – СПб. : СПбГУ, 2003. – 93 с.

Матвеева Т.В. Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика / Т.В. Матвеева. – М. : Флинта : Наука, 2003. – 432 с.

Русский ассоциативный словарь [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.thesaurus.ru/dict/dict.php> (дата обращения: 20.12.2011).

Солганик Г.Я. Толковый словарь. Язык газеты, радио, телевидения / Г.Я. Солганик. – М. : АСТ : Астрель, 2008. – 752 с.

Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / под ред. Н.Ю. Шведовой [Электрон. ресурс]. – М.: Азбуковник. 2007. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

ГРАЖДАНСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ЖАНРОВЫЙ ПОДХОД

Е.А. Шишканова

*Научный руководитель: Л.В. Енина,
кандидат филологических наук, доцент (УрФУ)*

Как нам кажется, СМИ сегодня не удовлетворяют информационные потребности общества. Встав перед необходимостью решения данной проблемы, оно нашло выход в распространении информации в Интернете. Иначе говоря, там, где она не подвергается фильтру официальной идеологии, как это происходит в обычных СМИ. Это привело к распространению гражданской журналистики.

Гражданская журналистика сегодня является актуальным объектом научных исследований. Есть разные точки зрения на то, что подразумевать под этим термином. Н.В. Хлебникова в статье «Гражданская журналистика: к истории становления термина» фиксирует два противоположных понимания, в которых термин «гражданская журналистика» используется в работах российских исследователей [Хлебникова 2011]. Во-первых, это «направление в журналистике, содействующее развитию общественного участия и гражданской активности» (работы И.Г. Фомичевой, А.Г. Качкаевой, Г.А. Чевозеровой и