

О.А. МИХАЙЛОВА, Г.В. ПЛЯСОВА

(Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Россия)

ИНТЕРВЬЮ СО ЗВЕЗДОЙ В АСПЕКТЕ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Аннотация: В статье освещается проблема создания статуса личности собеседника в интервью со звездой шоу-бизнеса. Отмечается существование эксплицитных и имплицитных сигналов «звездности» героя интервью. Отдельно рассматриваются как эксплицитные маркеры (названия рубрик журналов со «звездными» интервью, заголовки, отдельные лексемы и др.), так и имплицитные средства (тематические блоки, невербальные проявления некоторых характеристик респондента).

Ключевые слова: психолингвистика; жанр интервью; эксплицитные и имплицитные средства; имидж.

Беседа со знаменитостями приобрела в наше время большую популярность. Современные медиаиздания ежедневно знакомят читателей с политиками, чиновниками, представителями шоу-бизнеса через интервью разного типа. Интервью считается одним из основных информационных жанров журналистской деятельности, в то же время это акт коммуникации, который характеризуется не только взаимодействием коммуникантов, но и прагматическим эффектом воздействия на главного, хотя и незримого участника общения – аудитории. Интервью журналиста с собеседником есть разговор двух людей не просто для обмена сведениями, а с целью создания нового информационного продукта – актуального, общественно значимого, предназначенного для публикации [Лукина 2003]. Журналист, берущий интервью, работает в пользу собеседника: своими вопросами помогает герою полнее и подробнее рассказать о себе. Лицо, у которого берут интервью, его впечатления и суждения, его личность представляют интерес и для адресата, и для журналиста как посредника сторон. Современное интервью отходит от советского типа «вопросника-анкеты», становится эмоциональным, причем как со стороны собеседника, так и со стороны журналиста. Интер-

вью со звездой является разновидностью жанра интервью и обладает текстовой спецификой, обусловленной статусом героя.

Как правило, российские звездные интервью – это неформальный диалог о личной жизни звезды или о событиях общественной жизни, напрямую затрагивающих ее личную судьбу. Для поддержания своего звездного статуса персоне необходимо быть постоянно в центре внимания, подогревать интерес публики. Эту функцию призвано выполнять интервью.

Цель нашего исследования – описать используемые в интервью со звездой языковые средства, создающие притягательный для публики образ героя. Материалом явились интервью с представителями шоу-бизнеса, опубликованные в различных глянце-вых журналах, адресованных молодежи. Концепцию практически любого глянцевого журнала 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? Современные словари дают такие толкования лексемы *звезда*: 'о человеке, прославившемся в какой-либо сфере деятельности: о знаменитости' [Солганик 2008: 232]; 'о деятеле искусства, науки, о спортсмене: знаменитость' [Толковый словарь 2007]. То есть звезда – это известный благодаря своим талантам, творческим способностям человек. Такая личность вызывает к себе повышенный интерес, поэтому активно «тиражируется» в СМИ.

Задача интервью со звездой – подчеркнуть, «высветить» звездный статус личности, открыть особенности ее характера, образа жизни, поведения и тем самым привлечь к ней внимание читателя. Эта задача решается двумя способами – эксплицитным и имплицитным. К эксплицитным сигналам, как показывают материалы, относятся определенные «маркеры звездности»: названия рубрик журналов, отдельные лексемы, к имплицитным – внутренние особенности текста, формирующие звездный имидж героя интервью.

Обычно интервью со звездами располагаются в журналах под определенными рубриками. Эти рубрики могут иметь говорящее название, заранее указывающее на звездный статус интер-

вьюируемого, ср.: *Звездное досье, Star shopping* (журнал «Yes!-звезды»), *Звездный рецепт* (журнал «Cosmopolitan beauty»).

Встречаются семиотически более сложные номинации рубрик: *V.I.P.-зона* (журнал «Bravo»), *Glamдива* (журнал «Glamour»), *Лицо с обложки* (журнал Cosmopolitan). Название рубрики *V.I.P.-зона* образовано сложением английской аббревиатуры и русского слова. V.I.P. (от английского «very important person») и переводится как «очень важное лицо», а окказионально расшифровывается по-русски «весьма именитая персона» (ВИП). Аббревиатура обозначает лицо, имеющее право на персональные привилегии ввиду своей финансовой, политической и пр. состоятельности. Выражение «весьма именитая персона» появилось как единичное обозначение к собирательным понятиям *аристократия, высший свет (бомонд)*.

Название *Glamдива* также образовано сложением двух основ: усеченная основа *glam* – от популярного в современном обществе заимствования *гламур* (от английского слова *glamour* как «шарм», «очарование», «обаяние») и русского *дива*. Гламур в сознании современного человека – это образ роскошного стиля жизни, блеска, т.е. всего, что обычно изображается на обложках модных журналов. *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.

Вторая яркая группа маркеров – специфические лексемы, употребляемые журналистом по отношению к собеседнику. Для читателя подобные лексемы являются особыми опознавательными знаками звездной личности. Помимо основной лексемы *звезда*, есть и другие единицы, семантически с ней связанные.

В Русском ассоциативном словаре представлены следующие реакции на стимул *звезда* в интересующем нас значении: *эстрада, сцена, герой, знаменитость, артист, видеоклип, экран, блеск, кино* и др. [Русский ассоциативный словарь 1994]. Эти лексемы составляют идеографическое поле слова *звезда* и поддерживают соответствующий статус личности. Например:

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.

Можешь вспомнить какой-нибудь странный случай, связанный с ужасным поведением твоих поклонниц?

Вас не смущает ваша популярность у людей за 50, например?

У тебя постоянно просят автограф. А ты когда-нибудь брала их?

Вот сейчас будет музыкальная премия, я боюсь, что опять что-нибудь отчебучу на красной дорожке... (в последние десятилетия расстилание красной ковровой дорожки – ср. 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 журнала... (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 пищащий 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 интервью подобных лексем, читатель может безошибочно определить, что интервьюируемый – известная личность, звезда 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 журналист очерчивает

для себя определенный круг тем, которые, по его мнению, должны быть освещены в процессе разговора.

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? / 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 собра-*

лась 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 ребёнка?/ Вы своего ребёнка 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?*

Темы интервью со звездой, как правило, немногочисленны и стандартны, однако журналист выявляет значимые мелочи, любопытные, интересные для целевой аудитории детали биографического и творческого пути звезды. Например, в интервью с А. Васильевым, лидером группы «Сплин», известном необычностью творческих ходов, выясняется дизайн нового альбома, обсуждается процесс рождения песен: *Мы по Стокгольму шлялись и увидели у стен маленькие фигурки разных людей, и один был очень прикольный – в очках, в кепке. Я его сфотографировал и на обложку шлепнул; А для нового альбома группы я сфотографировал из окна, как «Волга» въехала в арку среди ночи, очень сильно разбилась; Кучу сэмплов использую, вырезаю куски, задом наперед разворачиваю и так песню пишу.* Массовому читателю это интересно, поскольку в данном случае действует один из основных законов общения – закон детального обсуждения мелочей.

В беседах со звездами журналист прибегает к особой форме вопросов. Это так называемые нестандартизированные, свободные, «шаловливые» вопросы, работающие на имидж знаменитости: *Что ты никогда не вынимаешь из карманов?/ С какой мыслью ты засыпаешь и с какой просыпаешься?/ Тебе не обидно, что как неправильному, вредоносному, заносчивому тинейджеру внимания публика уделяла тебе несколько больше, чем сейчас, когда ты остепенился?/ А вы знаете состав железняка?*

В современных медиаизданиях каждое интервью со звездой «пестрит» разнообразными формами обращения к собеседнику – от официальных до фамильярных. Выбор формы обращения обусловлен возрастом интервьюируемого, степенью его успеха, его социальной позицией: *Юлия, зачем вы поступили в Лондонскую театральную школу?* (интервью с Юлией Высоцкой, актрисой, телеведущей); *Андрей, вы занимаетесь серьезным жанром – спецрепортажем. Есть для вас запретные темы или такие, за которые лично вы не возьметесь?* (интервью с известным тележурналистом, репортером Андреем Лошаком); *Скажи, Юлька, какой день в этом году ты можешь назвать самым счастливым?* (интервью с певицей, актрисой Юлией Савичевой); *Сергея, ты помнишь себя ребенком?* (интервью с певцом Сергеем Лазаревым); *Привет, Ромашка!* (интервью с солистом группы «Звери» Ромой Зверем).

Звезда заинтересована в постоянном внимании к своей личности, отсюда потребность в скандалах и слухах, которые умножают частотность появления имени в СМИ. Как отмечает О.А. Макурина, «российские звезды дают достаточно развернутый комментарий тех слухов и скандалов, которые циркулируют вокруг них, <...> а журналист, обращаясь к соответствующим вопросам, делает интервью более зрелищным, «подогревая» интерес массового адресата и помогая звезде поддерживать свой имидж даже с помощью провокационной информации» [Макурина 2008: 73]. Такой поворот беседы может быть оправдан, во-первых, законом притяжения критики, во-вторых, законом ускоренного распространения негативной информации.

В звездных интервью молодежных журналов можно встретить описания невербального поведения респондента (авторские ремарки, включенные в ответы интервьюируемого; иконические знаки – смайлики); передачу особенностей произношения (деление слов на слоги, междометия и звуки, заполняющие паузу и т.д.). Эти дополнительные факторы образуют живую ткань процесса взаимодействия, помогают уточнить сообщаемую информацию, раскрыть её истинное содержание, которое иногда может противоречить словесному сообщению.

Например, авторские ремарки посреди ответов интервьюируемого как средство визуализации и характеристики героя интервью:

– *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, на счет этих двух это я погорячился (Улыбается).*

– *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.

– *Какую одежду вы бы не надели никогда в жизни?*

– *(Хором).* Женскую!

– *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.

Нередко собственно интервью предваряется авторским текстом, в котором журналист описывает внешний вид, настроение, поведение звездного собеседника. Это способствует концентрации внимания на образе героя, а детализация вызывает повышенный интерес у читателя. В такой преамбуле журналист задает имидж знаменитости, которая может выступать и как «свой парень/девчонка», и как «звезда мирового масштаба».

Например, следующий текст предваряет интервью с участником группы «БиС», выпускником «Фабрики звезд» Владом Соколовским: *Приехав в сад «Эрмитаж», чудесное место в центре Москвы, мы увидели Влада Соколовского, одиноко грезившего 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.

Журналист создает образ обычного молодого человека, студента, и у читателя не формируется впечатление «звездности» героя.

Следующий пример – вступление к интервью с актрисой Кейт Бекинсейл: *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 Lavin, 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 тербит крупный жемчуг и шепчет какие-то двусмысленности в маленький телефон.* Здесь, напротив, через описание внешности и обстановки, окружающей знаменитость, ярко показан образ супер-звезды.

Прием представления невербального поведения личности, характеристики внешности, поведения, обстановки, окружающей звезду, используется журналистом для «сближения» с аудиторией, интимизации общения, для создания атмосферы доверительности и снятия излишней официальности. Имидж звезды – это инструмент формирования массового сознания. Поэтому журналист в беседе со звездой должен ориентироваться как на ожидания массового адресата, так и на особенности имиджа знаменитости. Совпадение имиджа звезды с ожиданиями читателя обеспечивает ей максимальную и длительную популярность. Жанр интервью со звездой получает все большее распространение в СМИ, особенно в молодежных изданиях. Тем не менее, отношение к этому жанру у читателей неоднозначное. Результаты опроса молодежи на одном из интернет-сайтов показали, что любят интервью со звездами 45%, не любят – 55% опрошенных.

ЛИТЕРАТУРА

Лукина М.М. Технология интервью. – М., 2003.

Макурина О.А. Национальная специфика «звездного» интервью в русском специфическом дискурсе // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2008, № 2.

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

Солганик Г.Я. Толковый словарь. Язык газеты, радио, телевидения – М., 2008.

Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / Под ред. Н.Ю. Шведовой – М., 2007.