

Научная статья

УДК 81.13

DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_16



Стилистический потенциал самопрезентации медийной личности в интервью

Н. В. Воробьева

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

Дипломатическая академия Министерства иностранных дел Российской Федерации, Москва, Россия

Nadko86@mail.ru

Аннотация. В статье исследуется роль стилистических приемов и выразительных средств языка в самопрезентации как способа создания определенного имиджа медийной личности в англоязычном портретном интервью, при этом отношение интервьюера вне фокуса внимания работы. Материалом исследования послужило интервью-портрет с Илоном Маском, опубликованное в газете the New York Times от 25 июля 2020 г. Анализ материала осуществляется с учетом основных положений лингвистической прагматики.

Ключевые слова: интервью, интервьюер, интервьюируемый, самопрезентация, имиджевый дискурс, стилистический прием

Для цитирования: Воробьева Н. В. Стилистический потенциал самопрезентации медийной личности в интервью // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2023. Вып. 7(875). С. 16–22. DOI 10.52070/2542-2197_2023_7_875_16

Original article

Stylistic Potentiality of Celebrity Self Presentation in Interview

Nadezda V. Vorobyeva

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia

Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation, Moscow, Russia

Nadko86@mail.ru

Abstract. The article analyses the role of stylistic devices and expressive means of the language in the self presentation of the interviewed celebrity in media interview excluding the interviewer's position. The research is based on the celebrity interview with Elon Musk published in the New York Times 25/07/2020. The analysis is carried out in accordance with linguopragmatic approach.

Keywords: interview, interviewer, interviewee, presentation of self, image discourse, stylistic device

For citation: Vorobyeva, N. V. (2023). Stylistic Potentiality of Celebrity Self Presentation in Interview. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 7(875), 16–22. 10.52070/2542-2197_2023_7_875_16

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время интерес к интервью как медийному жанру неуклонно растет. В последние годы в медийном пространстве популярность приобретает интервью-портрет, которое представляет собой жанровую форму интервью. Коммуникативное взаимодействие участников портретного интервью носит диалогический характер. Адресантом этого общения выступает известная личность. Однако интервьюер является лишь посредником между аудиторией и интервьюируемой знаменитостью, поскольку информация, сообщаемая в репликах интервьюируемого, адресована прежде всего массовой аудитории, присутствует фактор двойного адресата. Портретное интервью имеет определенные прагматистические особенности, соответственно его можно рассматривать как отдельный субжанр. Основной акцент в портретном интервью ставится на раскрытие индивидуальных характеристик личности интервьюируемого, системы взглядов и ценностей, которыми он руководствуется. Целью коммуникативного поведения интервьюируемой знаменитости выступает создание «автопортрета», т. е. самопрезентация.

Впервые презентация себя другим была рассмотрена И. Гоффманом в социологическом ракурсе. В своей работе ученый метафорически представляет социальное взаимодействие в повседневной жизни через театральное представление. Данный метод исследования был назван драматургическим анализом, в котором задействованы все элементы спектакля. Актер (социальная личность) исполняет свою роль на сцене перед публикой (передняя область / front region), создавая положительные впечатления о себе. Передняя область включает в себя манеру (manner), т. е. каким образом актер исполняет свою роль, и внешний вид (appearance) и выбор костюма.

Элементом представления также является и задний план (back region), который позволяет актеру подготовиться к своей роли или отложить ее в сторону.

Важно отметить, что механизм самопредставления имеет достаточно сложную организацию, однако взаимодействие всех его компонентов приводит к успеху театрального представления (социального взаимодействия), и характеристики каждого исполняемого персонажа будут восприниматься публикой внутренне присущими его исполнителю (социальному индивиду) [Goffman, 1959].

В соответствии с коммуникативными намерениями говорящего выделяют следующие типы самопрезентации:

- самопродвижение (self-promotion);

- заискивание, старание понравиться (ingratiation);
- запугивание (intimidation);
- экземплификация, иллюстрация (exemplification);
- мольба (supplication) [Jones, Pittman, 1982].

Самопрезентация личности нередко отождествляется с управлением впечатлением (impression management), которое, в свою очередь, тесно связано с понятием имиджа. Результатом самопрезентации является создание собственного образа, т. е. имиджа¹.

Исследование портретного интервью в ракурсе самопрезентации интервьюируемой личности позволяет, на наш взгляд, рассматривать его как вид имиджевого дискурса. Е. С. Кубрякова интерпретирует дискурс как «действия говорящего со всеми его интенциями, знаниями, установками, личностным опытом и всей погруженностью в совершаемый им коммуникативный процесс» [Кубрякова, 2000, с. 15]. Исходя из этого определения целью имиджевого дискурса является создание позитивного имиджа, который позволяет приблизиться к целевой аудитории [Климова, 2012].

В данной статье самопрезентация рассматривается как способ создания определенного имиджа интервьюируемой знаменитости в англоязычном портретном интервью, а также изучается роль стилистических приемов и выразительных средств языка в ее реализации. Взгляды и представления интервьюера об интервьюируемой личности не находятся в фокусе внимания работы. Анализ осуществляется с позиций лингвопрагматического подхода.

ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА САМОПРЕЗЕНТАЦИИ ИНТЕРВЬЮИРУЕМОГО В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПОРТРЕТНОМ ИНТЕРВЬЮ

Материалом данного исследования послужили реплики Илона Маска из портретного интервью, взятого у него Морин Дауд и опубликованного в газете *the New York Times*² от 25 июля 2020 года. Илон Рив Маск является основателем, генеральным директором и инженером компании производителя космической техники SpaceX; инвестором и генеральным директором компании произво-

¹ В переводе с английского языка «имидж» обозначает представление или идею о том, как кто-то или что-то должно выглядеть; представление или идею, формирующуюся в сознании читателя / слушателя о прочитанном / услышанном; образ кого-то или чего-то в сознании других людей.

² URL: <https://www.nytimes.com/2020/07/25/style/elon-musk-maureen-dowd.html>

дителя электромобилей и решений для хранения электрической энергии Tesla; основателем компании по строительству инфраструктуры и тоннелей The Boring Company; основателем Nueralink, компании, планирующей заниматься разработкой и производством имплантируемых нейрокомпьютерных интерфейсов; одним из основателей компании OpenAI, занимающейся исследованиями в области безопасного искусственного интеллекта; миллиардером, входящим в список десяти самых богатых людей на планете.

Одной из тем, которые затрагиваются в данном интервью, является личная жизнь интервьюируемого:

She was wearing a head piece made of Vantablack, the blackest black that anything could be.

On the back of my tuxedo jacket – which was sort of like an inverted priest jacket with the jacket being white and the collar being black – I had in big, black, gothic script, “Novus ordo seclorum.”

Первый публичный выход Илона Маска со своей возлюбленной Клэр Элис Буше (канадской певицей, известной под псевдонимом Граймс) состоялся в 2018 году на красной дорожке Met Gala, ежегодном мероприятии, знаменующем собой открытие выставки моды Института костюма Метрополитен-музея в Нью-Йорке. Интервьюируемый акцентирует внимание на предметах одежды и аксессуарах, выбранных для данного вечера. Использование терминологии *Vantablack* указывает на сферу его профессиональных интересов. У Граймс было необычное украшение для волос, выполненное из материала *Vantablack*. Название субстанции из углеродных нанотрубок, способной поглощать 99,965 % падающего на нее излучения, происходит от аббревиатуры *vertically aligned nanotube array* «вертикально ориентированные массивы нанотрубок» + *black* «черный»¹. Повтор корневой морфемы *black* в сочетании с превосходной степенью имени прилагательного *the blackest* подчеркивает уникальное свойство данного материала, который является одним из самых черных из известных ныне веществ, что, в свою очередь, позволяет Маску сделать акцент на оригинальности образа своей спутницы. Сам же Илон выбрал не менее необычный костюм, похожий на перевернутое одеяние священника, с надписью на спине «Novus ordo seclorum» (в переводе с латинского: «Новый порядок веков»). Это один из двух девизов на обратной стороне

Большой печати США. Автор идеи, один из Отцов основателей Чарльз Томсон подчеркивал, что они «определяют начало новой американской эры»². С 1935 года обратная сторона Большой печати США изображается с этим девизом на однодолларовых банкнотах. Данная фраза представляет собой аллюзию на четвертую эклогу римского поэта Вергилия Марона Публия:

Magnus ab integro saeculorum nascitur ordo –
Сызнава ныне времен зачинается строй
величавый³.

Ее использование помогает Илону Маску позиционировать себя автором новаторских идей, за которыми стоят технологии будущего.

Yeah, she's pretty special, that's for sure,
She's one of the most unusual people I've ever met.
We've had this debate of 'Are you more crazy than me
or am I more crazy than you?'

Употребление слов, принадлежащих к семантическому полю «нестандартность / незаурядность» *special* (not ordinary or usual), *unusual* (different from others of the same type in a way that is surprising, different or attractive), *crazy* (very strange or foolish), превосходной степени имени прилагательного *the most unusual* и модального выражения *for sure* позволяют интервьюируемому с уверенностью заявить о неординарности своей избранницы. При помощи альтернативного вопроса и сравнительной степени *more crazy* Маск также косвенно позиционирует и себя самого как эксцентричную личность.

I think babies are supercool and really people need to have more babies because, it sounds obvious, but if people don't have enough babies, humanity will disappear,

Well, babies are just eating and pooping machines, you know?

Right now there's not much I can do. Grimes has a much bigger role than me right now. When the kid gets older, there will be more of a role for me. I think just doing what I've done with my other kids. If I have a trip for Tesla to China, for example, I'll bring the kids with me and we'll go see the Great Wall or we took the bullet train from Beijing to Xian and saw the Terracotta Warriors.

Интервьюируемый рад отцовству, в своей реплике он использует имя прилагательное

¹ URL: <https://www.extremetech.com/defense/186229-its-like-staring-into-a-black-hole-worlds-darkest-material-will-be-used-to-make-very-stealthy-aircraft-better-telescopes>

² URL: <http://www.greatseal.com>

³ URL: <https://rustih.ru/vergilij-bukoliki/?ysclid=lf7azshx-qc530839887#glava-4>

с положительной коннотацией *supercool*, значение которого интенсифицируется префиксом *super*. Маск акцентирует очевидную значимость рождения детей для продолжения человеческого рода, поскольку снижение рождаемости будет представлять серьезную угрозу цивилизации. Однако, учитывая плотный график, предприниматель не всегда может уделить время младшему сыну. Используя метафорическое сравнение малышей с «кушающими и какающими автоматическими устройствами / машинами» *babies are just eating and pooping machines*, а также усиление сравнительной степени *much bigger*, Маск подчеркивает первостепенную роль матери в жизни малыша. Интервьюируемый представляет себя человеком, который сможет успешно совмещать работу в компании Tesla с воспитанием ребенка, когда тот немного подрастет, как было с его старшими детьми. Самопрезентация в данном случае способствует не только созданию положительного имиджа отца семейства, но и рекламирует принадлежащую ему компанию.

I guess we'll just rent a place somewhere? And yeah, in some ways, possessions weigh you down. And also, I just have all these houses but nobody is using them. I use them infrequently. In the Bay Area, for example from 2002 to 2017, I never owned a house and I was there half the week so I would either sleep at the factory or in a friend's spare bedroom or on a couch or in a hotel. I did that for 15 years.

It was actually, in retrospect, kind of good because you end up rotating through friends' houses and you catch up with them and stay in contact, whereas these days, I have been staying in this strange Gatsby-like house, what I call the haunted mansion, and it's a bit bleak, to be totally frank,

The house itself is beautiful but, you know, it's like Wayne Manor without Alfred.

Размышляя о своем отношении к недвижимости, интервьюируемый заявляет о готовности продать все свои владения, поскольку имущество в некотором роде обременяет человека. Используя слова с отрицательной коннотацией *haunted* (*often visited by ghosts*) и *bleak* (*empty, not welcoming or attractive*) в сочетании с приемом аллитерации *haunted house* (повтор глухого звука [h] ассоциируется с дыханием приведения), миллиардер подчеркивает, что жизнь в роскошном особняке его совсем не радует. Стилистические аллюзии усиливают негативное впечатление: проживание в мрачном доме в стиле Гэтсби *Gatsby-like house* (персонаж романа Ф. С. Фицджеральда «Великий Гэтсби», который добился финансового успеха, но не смог стать счастливым) видится ему

унылым, сам дом прекрасен, но он похож на поместье Уэйнов без дворецкого Альфреда¹.

Использование стилистических приемов позволяет интервьюируемому представить себя человеком, для которого дорогая недвижимость не является особой ценностью, для него важнее общение с людьми, поэтому Маск с теплотой вспоминает те дни, когда ночевал у друзей.

I have lots of ideas, more ideas than I can act upon,
I tend to bite off more than I can chew and then
just sit there with chipmunk cheeks.

Затрагивая тему новых проектов, интервьюируемый позиционирует себя в первую очередь как человека с огромным количеством идей. В данной реплике прослеживается явление конвергенции стилистических приемов, которое определяется как «схождение в одном месте пучка стилистических приемов, участвующих в единой стилистической функции» [Арнольд, 2002, с. 256]. Устойчивое словосочетание *to bite off more than one can chew* (to try to do something that is too difficult for you / откусить больше, чем можно прожевать, т. е. взять на себя больше ответственности, чем вы можете справиться) комбинируется на лексическом уровне с метафорическим образом *chipmunk cheeks* (щеки бурундука, которые могут вытягиваться, вмещая огромное количество еды), а на фонетическом уровне с аллитерацией (повтор звука [tʃ] в словах *chew*, *chipmunk* и *cheeks* передает эффект выжидания подходящего времени). Маск изображает себя жадным зверьком, которому по силам съесть всё, что он нашел и спрятал за щеками. Конвергенция стилистических приемов способствует созданию образа успешного инженера, который рано или поздно обязательно реализует все свои многочисленные идеи и проекты.

Касаясь проблемы искусственного интеллекта, Илон Маск косвенно и напрямую выражает свои опасения относительно его безопасности.

c has gotten quite worried about A.I. in the last few weeks. I think GPT-3 has caused her to become quite concerned. And I'm like, 'Welcome to me circa 10 years ago'.

Отрицательная коннотация слов *worried* и *concerned* в реплике интервьюируемого констатирует

¹Wayne Manor without Alfred Wayne Manor Estate – вымышленный особняк, из американских комиксов издательства DC Comics; это личная резиденция Брюса Уэйна, который является супергероем Бэтмэном. Дом обслуживается верным дворецким семьи Уэйнов Альфредом Пеннивортом, которого часто называют Бэтменом Бэтмена Batman's Batman.

обеспокоенность его возлюбленной по поводу скорости развития технологий искусственного интеллекта, в частности GPT-3 (Generative Pre-trained Transformer 3 – третье поколение алгоритма обработки естественного языка компанией Open AI, одним из основателей которой является сам Илон Маск), которая интенсифицируется с помощью повтора усилителя эмотивного значения *quite*. Маск называет свою девушку «С» (от *lat. celeritas* – скорость) – символ, которым в физике обозначают скорость света в вакууме. Певица официально сменила свое имя после знакомства с интервьюируемым. Стоит отметить, что в данном интервью Маск обращается к ней по имени Граймс, обсуждая вопросы личной жизни, однако выбирает имя «с», комментируя предмет его профессиональной деятельности. Он позиционирует себя компетентным человеком в области искусственного интеллекта, которого уже много лет беспокоят нравственно-этические вопросы возможного злоупотребления данных технологий.

My assessment about why A.I. is overlooked by very smart people is that very smart people do not think a computer can ever be as smart as they are. And this is hubris and obviously false.

В данных репликах продолжается презентация себя как эксперта в вопросах искусственного интеллекта. Используя стилистический повтор лексической единицы *smart* (умный), а также сравнительной конструкции *as smart as*, интервьюируемый акцентирует внимание на том, что даже очень умные люди недооценивают компьютерное мышление. Маск категоричен: используя негативную оценочную лексику, он осуждает подобную позицию, называет ее ошибочной *false* и отождествляет с гордыней *hubris* (непомерной гордостью, заносчивостью, высокомерием; гордыня считается грехом во многих религиях). В высказывании присутствует экземплификация: делая акцент на очевидности своего суждения *obviously*, интервьюируемый выставляет его образцом, на который следует ориентироваться.

Just the nature of the A.I. that they're building is one that crushes all humans at all games, I mean, it's basically the plotline in 'War Games'.

Размышляя о технологиях искусственного интеллекта, которые разрабатываются британской лабораторией DeepMind, принадлежащей Google, Маск использует лексическую единицу с отрицательной коннотацией *crush* (раздавить, сокрушить), которая эксплицирует возможную опасность

данных технологий для людей не только в компьютерных играх. Идея опасности усиливается культурной аллюзией на американский фильм «Военные игры», вышедший в 1983 году. Кинокартина повествует о молодом хакере, который получает доступ к американскому военному суперкомпьютеру, запрограммированному на моделирование и ведение ядерной войны против Советского Союза. Коммуникативной задачей реплики интервьюируемого является прямая антиреклама данной лаборатории, однако используемые Маском стилистические средства имплицитно создают положительный образ его самого как компетентного в данном вопросе человека, а также продвигают продукт его профессиональной деятельности (компания Tesla, принадлежащая интервьюируемому, также проводит разработки в области искусственного интеллекта для своих электромобилей).

You know, you need resources in order to make life multiplanetary. That's the reason I'm accumulating resources. But I don't otherwise care about resources.

В реплике Илона Маска используется стилистический повтор лексической единицы *resources*, который комбинируется со стилистическим приемом, основанном на полисемии (слово *resources* может обозначать «денежные средства; природные ресурсы; способности человека»). Посредством конвергенции стилистических приемов актуализируется демонстрация системы ценностей интервьюируемого: несмотря на то, что Маск находится в списке богатейших людей планеты, финансовое положение как таковое его не интересует. Деньги необходимы ему исключительно для реализации его проектов. В данном случае речь идет о проекте межпланетной транспортной системы компании SpaceX, который предполагает разработку и строительство многоразового космического корабля для транспортировки людей на Марс с целью в обозримом будущем создать там колонии. Таким образом Илон Маск еще и косвенно рекламирует проекты принадлежащей ему компании.

Sure, I mean, emperor, come on.

В ходе беседы интервьюер упоминает прозвище «Король Марса», данное Маску некоторыми журналистами. Интервьюируемый иронизирует и повышает себя в должности, употребляя лексическую единицу *emperor*. Титул короля стоит ниже титула императора. Король – это правитель государства с одной (или главной) нацией и одним государственным языком. Император – это правитель империи, состоящей из территорий нескольких

государств с разными языками и нациями. Использование стилистической иронии позволяет Маску представить себя человеком с хорошим чувством юмора, осознающим свои профессиональные достоинства в разных областях, благодаря которым он получил всемирную известность. Однако интервьюируемый не всегда был таким популярным, как сейчас. В детстве ему даже приходилось терпеть издевательства и насмешки со стороны сверстников:

I had a lot of nicknames. Many of them were not flattering. Usually involving some version of my name, like Muskrat.

В анализируемой реплике интервьюируемого прослеживается явление understatement, которое часто переводится на русский язык как «языковая сдержанность», «недоговоренность», «преуменьшение». Сознательное деинтенсификация резко отрицательного характера насмешек комбинируется с эвфемизмом *not flattering* (нелестный). Данный стилистический прием позволяет Маску в завуалированной форме сообщить нечто неприятное путем намеренного смягчения

эмотивной оценки обидных прозвищ, которые давались ему в детстве, тем самым удастся избежать негативной оценки читателей и даже произвести выгодное впечатление посредством умеренности и сдержанности. Стоит отметить, что одно из таких прозвищ – *Muskrat* (ондатра) – представляет собой стилистический прием, основанный на полисемии: корневая морфема *musk* отождествляется также с фамилией самого интервьюируемого – *Elon Musk*.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ показывает, что стилистические приемы и выразительные средства языка играют важную роль в реализации самопрезентации интервьюируемой медийной личности в англоязычном портретном интервью. Они способствуют достижению основных прагматических целей коммуникативного поведения интервьюируемой знаменитости: демонстрации своей уникальности, рекламе собственного бизнеса, раскрытию системы взглядов и ценностей, которыми он руководствуется.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Goffman E. Presentation of Self in Everyday Life. N. Y.: Doubleday Anchor, 1959.
2. Jones E. E., Pittman T. S. Toward a general theory of strategic self-presentation. 1982. URL: https://web.mit.edu/curhan/www/docs/Articles/15341_Readings/Rqd_rdngs_due_at_first_class/2JONES%20PITMAN%201982%20-%20hi-res.pdf
3. Кубрякова Е. С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа // Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные аспекты. М.: ИНИОН РАН, 2000.
4. Климова Э. Н. Имиджевый дискурс: содержание понятия и интерпретативные возможности в маркетинговых коммуникациях // Вестник Алтайского государственного аграрного университета 2012. №2 (88). С. 151–155. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzhevyy-diskurs-soderzhanie-ponyatiya-i-interpretativnye-vozmozhnosti-v-marketingovyh-kommunikatsiyah/viewer>
5. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык: учебник для вузов. 5-е изд., испр. и доп. М.: Наука, 2002.

REFERENCES

1. Goffman, E. (1959). Presentation of Self in Everyday Life. New York: Doubleday Anchor.
2. Jones, E. E., Pittman, T. S. (1982). Toward a general theory of strategic self-presentation. https://web.mit.edu/curhan/www/docs/Articles/15341_Readings/Rqd_rdngs_due_at_first_class/2JONES%20PITMAN%201982%20-%20hi-res.pdf
3. Kubryakova, E. S. (2000). O ponyatiakh diskursa i diskursivnogo analiza / Diskurs, rech', rechevaya deyatel'nost': funktsional'nie i strukturnie aspekty = On the notions of discourse and discourse analysis // Discourse, speech act: functional and structural aspects. Moscow: INION RAN. (In Russ.)
4. Klimova, E. N. (2012). Imidzhevyy diskurs: sodержanie ponyatiya i interpretativnye vozmozhnosti v marketingovykh kommunikatsiyakh = Image discourse: the definition of the concept and interpretative possibilities in marketing communication. Vestnik of Altai State Agricultural University, 2(88), 151–155. <https://cyberleninka.ru>

ru/article/n/imidzhevyy-diskurs-soderzhanie-ponyatiya-i-interpretativnye-vozmozhnosti-v-marketingovyh-kommunikatsiyah/viewer (In Russ.)

5. Arnol'd, I. V. (2002). Stilistika. Sovremenniy angliyskiy yazik: uchebnik dlya vuzov = Stylistics. Modern English language: textbook for high schools. Moscow: Nauka.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Воробьева Надежда Васильевна

старший преподаватель кафедры стилистики английского языка факультета английского языка
Московского государственного лингвистического университета

преподаватель кафедры английского языка № 1

Дипломатической академии Министерства иностранных дел Российской Федерации

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Vorobyeva Nadezhda Vasilyevna

Senior Lecturer Department of English Stylistics Faculty of English

Moscow State Linguistic University

Lecturer of the Department of English (No.1)

Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation

Статья поступила в редакцию
одобрена после рецензирования
принята к публикации

12.03.2023
10.04.2023
17.05.2023

The article was submitted
approved after reviewing
accepted for publication