

СТРАТЕГИЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В «ЗВЕЗДНОМ ИНТЕРВЬЮ»

Я.Д.Жукова (Минск, МГЛУ)

Научная публикация анализирует стратегии самопрезентации знаменитостей в звездных интервью. Исследуется их эффективность и влияние на создание публичного имиджа. Особое внимание уделяется коммуникативным тактикам самопрезентации. Полученные результаты могут применяться в дискурс-анализе и коммуникативной лингвистике для лучшего понимания влияния известных людей на общественное мнение.

Ключевые слова: стратегия самопрезентации; звёздное интервью; коммуникативные тактики; медийное пространство

SELF-PRESENTATION STRATEGY IN CELEBRITY INTERVIEW

Y.D.Zhukova (Minsk, MSLU)

The article analyses self-presentation strategies in celebrity interviews. Their effectiveness and influence on building a public image are investigated. Special attention is paid to self-presentation communication tactics. The results obtained can be applied in discourse-analysis and communication linguistics to better understand the celebrities' influence on public opinion.

Key words: self-presentation strategy; celebrity interview; communication tactics; media space

В современном медийном пространстве знаменитые люди играют ведущую роль в формировании общественного мнения и имеют значительное влияние на социальную культуру и публичное восприятие. Звезды шоу-бизнеса, спорта и политики часто привлекают внимание публики, раздавая интервью различным СМИ. Путём диалога знаменитости представляют себя, свои идеи и достижения, и, таким образом, стратегия самопрезентации играет первостепенную роль в достижении их целей.

Стратегия самопрезентации представляет собой систему планируемых и осознанных мероприятий, направленных на формирование определенного имиджа или впечатления о себе в глазах других индивидов. Она базируется на выборе и применении разнообразных коммуникативных стратегий и тактик, с целью представления себя в социальной среде.

Формат звёздного интервью представляет собой метод исследования, применяемый в социологии и журналистике и направленный на проведение бесед с известными и влиятельными личностями. Его основная цель заключается в получении глубокого понимания их мнений, взглядов и опыта, а также использовании их авторитета и популярности для акцентирования внимания на определенных вопросах или проблемах.

В современной научной литературе можно выделить две основные системы классификации коммуникативных стратегий самопрезентации, которые были предложенные Е. Джонсом и Т. Питтманом, а также А. Дубских [1, 2]. В рамках стратегии самопрезентации, предложенных Е. Джонсом и Т. Питтманом, выделены следующие тактики: заискивание, самопродвижение, запугивание, пояснение примером и мольба. Однако для цели данного исследования и углубленного раскрытия темы, более подходящим является набор тактик в

стратегии коммуникативного поведения в звёздном интервью, предложенный А. Дубских, который описал прямые и не прямые вербальные тактики самопрезентации и их лингвистические механизмы.

Наиболее часто используются прямые стратегии самопрезентации.

Тактика передачи объективной информации о себе, то есть фактической информации логического характера, основанной на четких сведениях и цифрах. В качестве примера можно привести интервью американской кинозвезды А. Джоли журналу *The Wall Street Journal*, где она рассказывает о своих детях: *They are the closest people to me and my life, and they're my close friends. We're seven very different people, which is our strength.*

Тактика передачи субъективной информации о себе. Субъективные характеристики личности относятся к оценке индивидом своих внешних аспектов, интеллектуального уровня, характерных черт, жизненного опыта, а также описанию эмоционального состояния и интересов. Примером такой тактики может послужить интервью экс-президента США Д. Трампа американскому телевизионному журналу новостей *CBS Sunday Morning*: *I've never debated professionally but my whole life is a debate, you know, I always went against people. I actually loved debating, I enjoyed it.*

Тактика акцентирования положительной информации о себе направлена на создание благоприятного образа респондента перед потенциальной аудиторией. Она основана на использовании эмоциональной манипуляции, с целью вызвать сочувствие и сопереживание у адресата. Так, в документальном фильме *My Mind And Me* американская певица С. Гомес открыто говорит о своей болезни: *I don't feel good all the time. Even just having a moment with my little sister makes me feel better.*

Тактика акцентирования отрицательной информации о себе. Целью такой самопрезентации является привлечение внимания и создание уникального имиджа, который отличается от общепринятых норм и ожиданий. Например, в одной из своих публикаций в социальной сети *Instagram*, известная реп-исполнительница *Cardi B*, после выхода скандальной песни *WAP*, оставила комментарий: *I represent America. I wanted a change. And that's what I did.*

Перейдём к рассмотрению косвенных тактик самопрезентации.

Тактика использования информации о людях, предметах, объектах и явлениях, с которыми респондент может быть проассоциирован. Эта стратегия основана на предварительных знаниях адресата и проявляется в использовании контрастов и аналогий. Так, в интервью *CNN news*, нынешний президент США Д. Байден противопоставляет себя и бывшего президента Д. Трампа, используя резкую риторику, чтобы описать своего оппонента в негативном свете: *Dumb, shameful, dangerous, un-American.*

Тактика солидарности с адресатом направлена на установление взаимопонимания и сопереживания, позволяет создать впечатление об общности взглядов, интересов и целей между говорящим и аудиторией. Например, британская супермодель и актриса К. Мосс высказалась в интервью для радио *BBC* о своем экс-возлюбленном Д. Деппе: *I believe in the truth and I believe in*

fairness and justice. I know the truth about Johnny. I know he never kicked me down the stairs. I had to say that truth.

Тактика дистанцирования включает в себя установление различий между 'мы' и 'они' с явным отделением от тех, кто составляет 'чужой' круг. К примеру, в одном из интервью для *NPR Music* американский репер Ф. Уильям упомянул о своей способности видеть цвета во время прослушивания музыки: *You're seeing colors when you're hearing sounds? Yeah. Now, to some people, it's like, "Oh, that's crazy."*

Тактика искусственного повышения степени объективности передаваемой информации направлена на снижение самохваления и акцентирование недовольства собой. Так, американский журнал *Cleverish* приводит в качестве цитаты слова известной британской певицы Адель её слова после выпуска юбилейного альбома, в которой она делится честными переживаниями из жизни на момент его записи: *I feel like this album is self-destruction, then self-reflection, and then sort of self-redemption. I feel ready. I really want people to hear my side of the story this time.*

В заключение необходимо отметить, дальнейшие исследования в данном направлении могут способствовать более глубокому пониманию механизмов формирования публичного имиджа и развитию стратегий эффективного самопродвижения в медийном пространстве.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Jones, E.E. Toward a general theory of strategic self-presentation / E.E. Jones, T.S. Pittman // *Psychological perspectives on the self.* – № 1. – 1982. – С. 231-262.
2. Дубских, А.И. Средства реализации коммуникативной стратегии самопрезентации личности в массово-информационном дискурсе // *Вестник ЧелГУ.* 2008. – № 30. – С. 45-62.