

ББК
УДК

Е. В. Караваяева
E. Karavaeva
г. Екатеринбург, УрФУ им. первого
Президента России Б. Н. Ельцина
Ekaterinburg, UrFU

**КСЕНИЯ СОБЧАК КАК ЖУРНАЛИСТ: ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ГЛАВНОГО
РЕДАКТОРА О ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ**
**KSENIA SOBCHAK AS A JOURNALIST: EDITOR IN CHEF'S VIEW
ON THE READERSHIP**

Аннотация: В статье рассматривается стратегически заданное представление главного редактора журнала «Style.News.Comments» о целевой аудитории; характеризуется обобщенный лингвокультурный типаж читательницы, который наиболее точно обозначается словосочетанием «девушка большого города»; проводится анализ языковых средств, демонстрирующих прагматически значимую установку на целевого адресата.

Ключевые слова: целевая аудитория; стратегическая установка; лингвокультурный типаж; гендер.

Abstract: The article deals with strategic representation given by the chief editor of «Style.News.Comments» about the readership; characterized generalized linguocultural type of the reader that most accurately indicated by the phrase «big city girl»; analyzed linguistic resources, demonstrating pragmatically meaningful setting on the readership.

Keywords: readership; strategic setting; linguocultural type; gender.

По данным официального сайта Ксении Собчак (далее также КС), с 28 мая 2012 г. она стала главным редактором журнала «Style.News.Comments» (SNC). В год выходит 10 номеров журнала. Тираж составляет 120000 экземпляров в месяц.

В программных материалах КС высказывает представление о целевой аудитории [1, с. 175]. Читательница журнала соответствует лингвокультурному типу *девушки большого города*. В.И. Карасик пишет: «лингвокультурный типаж – обобщенный образ личностей, чье поведение и чьи ценностные ориентации существенным образом влияют на лингвокультуру в целом и являются показателями этнического и социального своеобразия общества» [2, с. 9]. Ценности и ценностные ориентации – это «существенные жизненные ориентиры, вырабатываемые социумом и закрепляемые в нормах, стереотипах поведения и текстах культуры <...>могут рассматриваться как целостные системы установок, детерминирующие определенное восприятие ситуации и диктующие выбор того или иного типа поведения» [5, с. 32].

Рассмотрим программные материалы КС как редактора журнала и проанализируем ее представление о целевой аудитории. *«Мне кажется, это интересный вызов – делать отечественный журнал, который бы говорил с современной городской девушкой на ее языке, говорил бы о том, что происходит вокруг»*. Определяется круг читательниц журнала: это девушки, проживающие в нашем отечестве, то есть россиянки. Выделяется пространственный признак: это жительница города, а не сельской местности. Современной молодой горожанке интересно то, что происходит вокруг, «здесь и сейчас». В данном случае, важна гендерная составляющая, или «социальный конструкт, представляющий собой совокупность социальных и культурных норм, которые общество предписывает соблюдать людям в зависимости от их биологического пола» [3, с. 98]. В высказывании редактора гендерный параметр является основным: адресат – девушка. Можно предположить, что на страницах журнала будут транслироваться гендерные стереотипы, социально и культурно обусловленные мнения и оценки, которые в современном городе подвержены изменениям.

КС конкретизирует целевую установку издания: *«Мне кажется, что это то, чего сейчас не хватает многим гляцевым изданиям. Я вижу SNC современным, умным, стильным журналом, который делается в Москве для девушек, которые здесь живут»*. Пространственные границы постепенно сужаются: москвичка – не просто *городская* девушка, а именно жительница столицы. Формируется имплицитное трехчленное противопоставление: москвичка – девушка провинциалка – деревенская девушка. Сегменты нестоличной аудитории не находятся в центре внимания. Для КС важна и интеллектуальная составляющая: *умный журнал* делается для интеллектуальных, образованных личностей.

В следующем высказывании обозначаются основные темы журнала, которые, по мнению главного редактора, должны заинтересовать читательницу: *«Это журнал о моде, о жизни в современном большом городе, об авангардных и прогрессивных веяниях в культурной жизни и актуальных событиях Москвы, нашей страны и мира, но не о политике»* [1, с. 175]. Этими темами становятся не только мода, но и искусство, культурная, столичная жизнь, при этом редактор журнала отгораживается от темы политики. Обращают на себя внимание лексемы *современный, авангардный, прогрессивный, актуальный*, акцентирующие внимание на востребованности, важности обсуждаемых вопросов, соответствующих социальным, гендерным запросам.

«Наша аудитория – особенная: современные девушки с активной жизненной позицией. Они любят вечеринки на „Красном Октябре“, но ходят и на выставки, любят модно одеваться, но не забывают читать интересные книжки». КС прямо заявляет, что ее журнал будет интересен девушкам-интеллектуалкам. Это многогранные личности, своего рода элита. Внешний вид, образованность, погруженность в мир литературы и искусства – все это трактуется как нечто *особенное*, соответствующее параметру «современности». В границах столичного пространства выделяется одно из самых модных и дорогих её заведений: «Красный Октябрь» – бывшая шоколадная фабрика, которая за короткое время превратилась в новый центр богемной Москвы: теперь

здесь средоточие модных клубов, дорогих ресторанов, художественных галерей и выставочных залов, а также офисов преуспевающих компаний.

«Для меня это собирательный образ девушки большого города». Обобщенный лингвокультурный типаж, обозначенный с помощью словосочетания «девушка большого города», включает следующие составляющие: современная девушка; жительница столицы, следующая моде, интересующаяся художественной литературой и искусством, достаточно обеспеченная, чтобы посещать «богемные» места. Помимо привычных для глянцевого журнала тем моды и индустрии красоты, эту девушку будет интересовать находящаяся на страницах журнала информация о событиях, происходящих в столице и в мире. Активное отношение к жизни обуславливает внимание к личностным позициям интересных людей.

КС стремится соединить глянцевый журнал с интеллектуальным. Эта стратегическая установка реализуется в различных разделах журнала, его постоянных рубриках. Журнал как свертхтекст, или «совокупность высказываний, текстов, ограниченная темпорально и локально, объединенная содержательно и ситуативно, характеризующаяся цельной модальной установкой, достаточно определенными позициями адресанта и адресата, с особыми критериями нормального / аномального» [4, с. 233] состоит из трех разделов: Style, News, Comments. Раздел «Стиль» включает в себя информацию о моде, тренды сезона, которые представлены в постоянной рубрике «Купи или умри», новинки парфюмерии и косметики; здесь можно узнать о гардеробе знаменитости (например, Полины Киценко, Яны Расковаловой), выбрать образец для подражания.

Новостной блок формулирует культурную повестку месяца, содержит информацию о премьерах, открытиях, релизах, заметных, по преимуществу светских, событиях, которые описаны в постоянной рубрике журнала «Москва. Календарь». В рамках раздела «Новости» можно найти актуальные сведения о модных туристических маршрутах (рубрики «Гид», «Отель месяца»), книгах (рубрика «Книга месяца») и даже лексических новациях сезона (рубрика «Словарь»). В этой рубрике также размещаются тесты. Например: «Насколько хорошо вы разбираетесь в русской литературе?».

Наиболее объемный раздел журнала – «Комментарии». Он посвящен успешным женщинам. Так, к примеру, в разные месяцы героинями блока Comments становились Божена Рынска, Алла Вербер, Катя Гордон, Светлана Бондарчук, Валерия Гай-Германика, Вика Газинская, Елена Исинбаева, Татьяна Арно, Анна Чиповская и другие. В перечне имен, составляющих свертхтекстовой парадигматический ряд с общим значением «успешные и знаменитые», отсутствуют, в частности, имена ученых, врачей, учителей. Вектор отбора персоналий – публичная, прежде всего медийная, известность. Интерпретируются резонансные события, участниками которых являются по преимуществу знаменитости. В этом же разделе (рубрика «Ночь») описаны «главные вечеринки месяца». Гламурная стилистика позволяет утверждать, что журнал стал одним из вариантов современного «глянца».

Анализ позволяет сделать вывод о стратегической заданности образа адресата. В ориентации на сконструированный лингвокультурный типаж, который по представлениям главного редактора, сформировался в наши дни, разрабатываются содержание издания, его композиция, хронотоп, основные стилевые черты журнальных текстов.

Библиографический список

1. SNC: Style. News. Comments. – 2013. – № 59.
2. Карасик, В. И. Лингвокультурный типаж: к определению понятия / В. И. Карасик // Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типажы : сборник научных трудов ; под ред. В. И. Карасика. – Волгоград : Парадигма, 2005. – 301 с.
3. Основы гендерной лингвистики : учебно-методическое пособие / авт.-сост. В. А. Ефремов. – СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2009. – 118 с.
4. Человек – Текст – Культура : коллективная монография / под ред. Н. А. Купиной, Т. В. Матвеевой. – Екатеринбург, 1994. – 235 с.
5. Шалина, И. В. Уральское городское просторечие: культурные сценарии / И. В. Шалина ; [науч. ред. А. Купина]. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2009. – 444 с.