

Черниш О. А.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземних мов
Житомирського державного технологічного університету

МЕДІАЖАНР «СЛОВО РЕДАКТОРА» ЯК ПАТЕРН ВЗАЄМОДІЇ АВТОРА З ЧИТАЦЬКОЮ АУДИТОРІЄЮ

Анотація. Статтю присвячено особливостям композиції та лінгвостилістичної організації медіажанру «слово редактора». Проаналізовано функціонально-семантичні блоки медіажанру та встановлено способи надання публікаціям змістової експресивності.

Ключові слова: медіажанр, засоби виразності, функціонально-семантичні блоки, композиція.

Постановка проблеми. Категорія жанру є одним із важливих елементів опису мови. Уся структурна організація людського мовлення значною мірою детермінується жанровою диференціацією текстів. Мовець відбирає засоби побудови тексту, враховуючи його жанрову специфіку. Розуміння тексту також передбачає вміння віднести його до певного жанру, оскільки кожен жанр націлює читача на певний тип сенсу.

Мета. Оскільки сучасне суспільство характеризується розмаїттям соціокомунікативних практик, для яких першочерговим завданням є вдосконалення свого інструментарію, тобто жанрового формату подачі інформації, спрямованої на цільову аудиторію для регулювання суспільних процесів, існує потреба узагальнення та актуалізації знань, щоб конкретизувати роль та функції жанру у вербальному спілкуванні суспільства.

Виклад основного матеріалу. Термін «жанр» визначають по-різному. Згідно з поглядами фундатора теорії жанрів М.М. Бахтіна використання мови здійснюється у формі письмових або усних конкретних одиничних висловлювань, із яких формуються відносно стійкі мовленнєві типи, характерні для кожної сфери використання мовлення, що становлять мовленнєві жанри [1, с. 254]. Жанри організують мовлення, створюють необхідну передумову для здійснення комунікації. Жанр тлумачать як відносно стійкі тематичні, композиційні і стилістичні типи висловлювань [2, с. 56], що мають функціональну, соціально зумовлену природу [1, с. 241–242], функціонально-комунікативний феномен із певними комунікативно-прагматичними параметрами і специфічними засобами вербального оформлення [4, с. 57]. Таким чином, певні соціальні функції і певні, специфічні для кожної сфери умови мовленнєвого спілкування породжують жанри. Відповідно, в нашій роботі під медіажанром «слово редактора» розуміємо синкретичний жанр, який поєднує риси аналітичних та художньо-публіцистичних жанрів журналістики. Медіажанр створюється медійною мовною особистістю та функціонує в просторі мас-медійного дискурсу, зокрема дискурсу глянцевого журналу, що зумовлює низку його інваріантних ознак, до яких відносимо особливості композиційних, лінгвостилістичних та тактико-стратегічних характеристик [3, с. 45].

На початку ХХ століття набула широкої популярності лінгводидактична теорія жанру, яка становить альтерна-

тивний погляд на жанр та базується переважно на виокремленні інваріантних жанрових ознак. Наріжним каменем досліджень у цьому напрямку стали ідеї американського мовознавця і фахівця з лінгводидактики Дж. Свейлза, який вважав, що наші знання є єдністю життєвого досвіду і набутих вербальних навичок, які складають уявлення про зміст різних дискурсів і дозволяють їх правомірно інтерпретувати та оцінювати. Запропоновані схеми взаємодіють із нашим знанням різних видів соціальних інтеракцій в їх вербальних та невербальних аспектах, що призводить до утворення формальних схем про організацію і структуру різних типів текстів, які дозволяють нам репродукувати та належним чином сприймати жанри [5, с. 83–85].

Жанр визначається змістовою та структурною подібністю, інваріантними ознаками синтаксичного, лексичного та стилістичного планів та спрямованістю на певну аудиторію. Він пов'язаний із дискурсивною практикою, прийнятою в суспільстві, визначається заздалегідь зумовленими й встановленими цілями та соціальними механізмами, що його регулюють і від яких залежить його структура. Жанр має тривірневу модель, яка складається з комунікативного наміру, що реалізується через систему функціональних / комунікативних блоків, які, у свою чергу, реалізуються через риторичні стратегії [5, с. 87]. Функціональні блоки реалізуються за допомогою широкого розмаїття риторичних стратегій (вербальних, візуальних тощо), які втілюють певну комунікативну інтенцію кожного функціонального блоку в тексті.

У нашому дослідженні, услід за Дж. Свейлзом [5, с. 80–85] та Т.В. Яхонтовою [4, с. 170], поділяємо тексти аналізованого медіажанру на функціонально-семантичні блоки, які реалізують його комунікативний намір. Зокрема, в композиції текстів медіажанру «слово редактора» виділяємо шість блоків (див. рис. 1), кожен із яких різниться відповідним графічним та лінгвостилістичним втіленням:

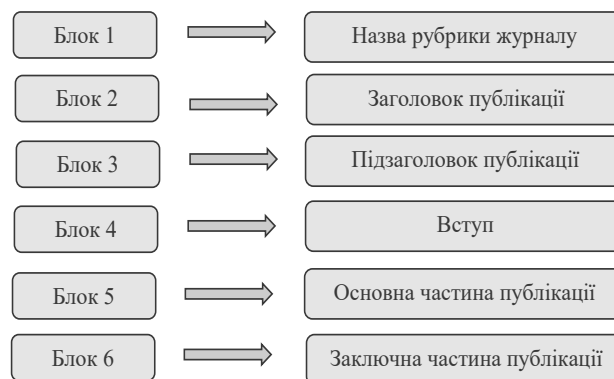


Рис. 1. Композиція текстів медіа жанру «слово редактора»

Проаналізуємо детальніше особливості кожного із зазначених функціонально-семантичних блоків.

Блок 1. Назва рубрики журналу, яка є візуальною вказівкою на досліджуваний медіажанр «слово редактора». Головною особливістю зазначеної рубрики є різноманітна графічна стилізація тексту, що є важливим засобом привернення уваги читачької аудиторії, зокрема:

- виділення великими літерами компоненту / компонентів назви рубрики: “**EDITOR’S letter**” (Vogue);
- жирне наведення: “*From the Editor*” (Cosmopolitan);
- курсивне наведення: “*EDITOR’S letter*” (Vogue);
- комбінування шрифтів: “*From me to you*” (Glamour);
- заливка кольором: “*Editor’s Note*” (Marie Claire);
- поєднання великих літер із жирним наведенням: “**EDITOR’S LETTER**” (Elle) тощо.

Як видно з вищезазначених прикладів, у контексті цього блоку спостерігається відмінність у назві рубрики. Зазначена варіативність є візитівкою автора та налаштовує читача на подальше сприйняття повідомлення.

Блок 2. Заголовок публікації слугує засобом привернення уваги читачької аудиторії, сприяє нарощуванню драматичності та сенсаційності в подачі матеріалу, що є результатом різноманітного використання вербальних і невербальних засобів увиразнення.

Серед невербальних засобів увиразнення привертають увагу прийом:

- написання великими літерами з великою та маленькою буквицею першої літери першого слова, наприклад, “**PRETTY SERIOUS**” [Elle, 2015], “**cIVILITY LESSON**” [Elle, 2016];
- жирного наведення: “**TV Will Save Us All**” [Glamour, 2017], “**Huge Ambitions**” [Elle, 2017];
- курсивного наведення: “*A Message From One of Our Fave Men*” [Cosmopolitan, 2017], “*Feeling the Love*” [Cosmopolitan, 2017];
- поєднання жирного наведення з курсивом: “**Spring Into Action**” [Marie Claire, 2018];
- написання великими літерами: “**GAME ON**” [Marie Claire, 2018] тощо.

Вербальне увиразнення переважно досягається за рахунок використання стилістико-фонетичних прийомів, зокрема алітерації: “*Fashion Sense and Sensibility*” [Elle, 2017], “**cIVILITY LESSON**” [Elle, 2016] тощо. Фонетичні засоби виразності є дієвим інструментом звукової організації текстів, що ефективно привертає увагу читачів як до окремих елементів повідомлення, так і до публікації в цілому.

Блок 3. Підзаголовок публікацій інформаційно місткий, є своєрідним смисловим доповненням та увиразненням назви, зацікавлює читача та націлює на подальше сприйняття повідомлення. Наприклад, підзаголовок публікації популярного жіночого глянцею Glamour “The new wave of female awesomeness got here just in time” [Glamour, 2017] під заголовком **TV Will Save Us All** уточнює важливість жіночих ролей у сучасній кінематографії.

Блок 4. Вступ є початковою частиною повідомлення, в якому автор заохочує читача до подальшого ознайомлення з матеріалом публікації. Метою адресанта є заволодіти увагою читачів і втримати її. Головний редактор прагне пробудити інтерес читача, спонукати його до мислення, роздумів, спогадів тощо.

Аналізований матеріал свідчить, що найефективнішим способом досягнення зазначених вище завдань редактори вважа-

ють розповідь про випадок із власного життя, наприклад: “... I have this theory that having your first child is a lot like having sex for the first time: Before you’ve actually done it, you’ve heard so many people talking about it – all the time – and you think, Yeah, okay, I know what it’s all about. Then you have it – or rather have them – and suddenly, it’s *Ooohh!* So *this* is what everyone is always going on about. ...” [Elle, 2017]. Життєві факти, наведені у вступі, привертають увагу читачької аудиторії та слугують підвалиною істотного елемента основної частини публікації. Вдале використання синтактико-стилістичних (відокремлення) та графічних (курсив) засобів виразності в наведеному прикладі збагачують та увиразнюють зміст повідомлення автора та створюють дружню довірливу атмосферу спілкування з читачькою аудиторією.

Блок 5. Основна частина публікації присвячена реалізації задуму автора та розгортається у вигляді пожвавленої розповіді про актуальні суспільні та світські події, що видаються корисними та цікавими для читачької аудиторії.

Обсяг і лінгвістичне оформлення зазначеного функціонально-семантичного блоку варіюються. Основна частина повідомлення може становити 2-3 абзаци (Vogue, Glamour, Marie Claire), 3-4 абзаци (Marie Claire), від 5 і більше абзацив (Elle, Cosmopolitan). Спостерігаються випадки цікавого структурування основної частини, зокрема нумерації її смислових абзацив: “... **1. Dress yourself from the ground up.** A stylist friend in an early magazine job told me this ... <...>... **2. If you have to ask whether it’s a dress or a top, it’s always a top.** This one comes from the immortal Tim Gunn Preach ...” [Glamour, 2014], а також надання заголовку окремим змістовим частинам повідомлення з використанням великих літер та жирного наведення: “**DATING MAKES YOUR WORLD MORE COLORFUL** ... <...>... **THE BEST DATES AREN’T ALWAYS THE FANCIEST** ... <...>... **EVERYTHING IS COPY** ... <...>... **“DATE NIGHT” MATTERS**” [Glamour, 2015].

Розмаїття текстової організації публікацій, використання фонетичних, графічних, лексико-стилістичних, образно-тропичних та синтактико-стилістичних засобів виразності дозволяють авторам втримувати читача в напрузі, щоразу дивуючи манерою організації свого висловлення.

Блок 6. Заключна частина публікації слугує засобом демонстрації широкого і дружнього ставлення автора до своїх читачів і є заклик до бесіди, обміну думками і враженнями. Із цією метою використовуються різноманітні засоби виразності, а саме:

- графічні: курсив (“...Elsewhere in the issue, we have advice on mushy moves guys love and how to teach a man to please you, because they really, really want to please you ...” [Cosmopolitan, 2017]), підкреслення (“... I want women to feel what it’s like to exist in the world where men really listen to them, where they treat them like goddess, and where they can feel comfortable and proud to express the full force of their sexual energy together ...” [Cosmopolitan, 2017]) тощо;
- образно-тропичні: антитеза (“... Make this your year to dream big, even if you start small ...” [Marie Claire, 2014]), епітет (“... Read their compelling stories of strength, courage, and resilience in “I Survived” (p. 82), then contact your congressperson ...” [Marie Claire, 2014]), гіпербола (“... Enjoy – and your happiest holidays ever! ...” [Cosmopolitan, 2016], “... Sending all of you tons of heart-eye emoji this Valentine’s Day ...” [Cosmopolitan, 2017]) тощо;

– синтактико-стилістичні: риторичні питання (“... Afraid of anything? Not with women like that to show us how it’s done ...” [Glamour, 2015]); умовчання (“... We’ve dubbed this issue the Sexy Power Issue – so here’s to getting what you want, starting now ...” [Cosmopolitan, 2015]), відокремлення (“... As Stone says, nobody is going down without a fight, and that fight is for – among other things – equality ...” [Marie Claire, 2018]), повторення (“... Yes, I’m a believer, I really, really am ...” [Elle, 2017]) та інші.

Зазначені засоби виразності збагачують зміст публікацій та надають йому необхідної тональності, що знаходить відгук у читачької аудиторії.

Висновки. Таким чином, композиційні особливості медіа-жанру «слово редактора» зумовлені поданням матеріалу своєрідними функціонально-семантичними блоками. Для надання експресивності, символічних натяків та створення розгалуженої системи образів автори аналізованого медіа-жанру широко послуговуються фонетичними, графічними, лексико-стилістичними, образно-тропеїчними та синтактико-стилістичними засобами виразності. Зазначені засоби виразності сприяють візуальному та змістовому увиразненню матеріалів, надають експресії повідомленню, створюють динамічні картини оповіді, підсилюють емоційне сприймання тексту читачами.

Література:

1. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1986. 445 с.
2. Салимовский В.А. Речевой жанр // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под. ред. М.Н. Кожинной; члены редкол.: Е.А. Баженова, М.П. Котюрова, А.П. Сковородников. 2-е изд., испр. и доп. М.: Флинта: Наука, 2006. С. 56–57.

3. Черныш О.А. Медіажанр «Слово редактора»: лінгвостилістичний та лінгвокомунікативний аспекти (на матеріалі сучасних англійських глянцевого журналі) [Текст]: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня канд. філол. наук. Спец. 10.02.04–германські мови; Міністерство освіти і науки України, Київський університет імені Бориса Грінченка (Київ). КУ імені Б. Грінченка, 2015. 21 с.
4. Яхонтова Т.В. Лінгвістична генеалогія наукової комунікації: монографія. Львів: Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2009. 420 с.
5. Swales J. Genre analysis: English in academic and research settings. Cambridge: Cambridge University Press, 1990. 260 p.

Черныш О. А. Медіажанр «слово редактора» как паттерн взаимодействия автора с читательской аудиторией

Аннотация. Статья посвящена особенностям композиции и лингвостилистической организации медиажанра «слово редактора». Проанализированы функционально-семантические блоки медиажанра, установлены способы экспрессивности публикаций.

Ключевые слова: медиажанр, средства выразительности, функционально-семантические блоки, композиция.

Chernysh O. The “Editor’s Word” Media Genre as a pattern of author-readership interaction

Summary. The article is devoted to the peculiarities of the composition and linguo stylistic organization of the “editor’s word” media genre. The media genre functional semantic blocks are analyzed, its phonetic, graphic, lexical and syntactic expressive means and stylistic devices are characterized.

Key words: media genre, expressive means and stylistics devices, functional semantic blocks, composition.