

**Специфіка медіажанру "слово редактора" сучасних  
англомовних жіночих глянцевиx журналів**

Питання жанрової класифікації мас-медійного дискурсу набуло актуальності у 90-ті роки ХХ століття, і саме тоді з'явилися перші підходи до жанрової класифікації медіатекстів. Побутує думка, що будь-який медіатекст повинен включати три стрижневі складові [3: 131] повідомлення про новину, фрагментарне або повне осмислення ситуації та методи емоційного впливу на читацьку аудиторію (на логіко-поняттєвому або поняттєво-образному рівні). Відповідно, у журналістиці сформувалися три жанрові єдності – інформаційна, аналітична та публіцистична, а жанри журналістики класифікуються за такими принципами: превалювання повідомлення – в інформаційному жанрі, домінування аналітичного начала – в публіцистиці (аналітична група), поєднання аналізу й образно-художнього осягнення дійсності – у художньо-публіцистичних текстах [2: 147]. Ця класифікація є найвідомішою і найбільш уживаною з усіх запропонованих практиками.

Важливо розуміти, що між інформаційними, аналітичними та художньо-публіцистичними жанрами не можна провести чіткої межі, оскільки у процесі написання матеріалу в певному жанрі журналіст послуговується елементами інших жанрів. У результаті, наприклад, жанри публіцистики інформаційного ряду набувають характеристик аналітичних жанрів, а аналітичні жанри, в свою чергу, переймають риси інформаційних, зокрема ефекту присутності, співучасті, що є характерним для репортажу, тобто відбувається своєрідна міжжанрова дифузія.

Сучасні ЗМІ знаходяться у безперервному пошуці нових способів подачі інформації, переосмислюючи існуючі жанри, гібридизуючи

відносно усталені жанрові канони та утворюючи нові жанрові форми, однією з яких є досліджуваний медіажанр – "слово редактора", який займає проміжну ланку між аналітичним та художньо-публіцистичним жанрами журналістики [3, с. 129]. Медіажанр "слово редактора" є синкретичним жанром, який знаходиться на етапі свого осмислення та утвердження, що і призводить до варіативності в самій назві жанру – "колонка редактора" [4], "слово редактора" [12], "лист редактора" [7] тощо. У нашому дослідженні дотримуватимемося варіанту "слово редактора", що, на нашу думку, найповніше відбиває його сутність.

Для аналізу особливостей медіажанру "слово редактора" сучасних англomовних жіночих глянцевиx журналів (зокрема "Elle", "Vogue", "Marie Claire", "Cosmopolitan", "Glamour" за 2011-2017 роки) розглянемо його інваріантні ознаки за структурними параметрами [13: 127], що передбачають:

– *аналіз контекстуальних чинників функціонування жанру*, зокрема виявлення жанрової мети або сукупності жанрових цілей та відповідних ролей користувачів жанру. Медіажанр "слово редактора" є традиційною обов'язковою рубрикою сучасного глянцевого журналу, у якій головний редактор (адресант) звертається до читацької аудиторії (адресата) для того, щоб проінформувати про основні положення змісту чергового випуску, зацікавити читача та заохотити до подальшого ознайомлення з матеріалом видання. У публікації головний редактор також оголошує про конкурси, підводить їхні підсумки, вітає зі святами, розповідає про події в редколегії журналу, тобто певним чином формує обличчя журналу, його образ, створює уявлення про нього, а також відображає власну особистість. "Слово редактора" є зверненням редактора до читача, яке слугує засобом створення та відтворення образу самого автора, що відповідає образу журналу в цілому. Цільова установка аналізованого жанру полягає в демонстрації погляду суб'єкта соціальної практики на певну ситуацію для звернення уваги аудиторії не лише на саму ситуацію, але й на характер її оцінки [8: 78], тобто авторське "я" стає об'єктом дослідження. Саме особистість головного редактора є

основним смисловим ядром усього жанру, що обумовлено його особливістю: зазначену рубрику веде, як правило, людина відома, фахівець у певній галузі, чия думка є цікавою сама по собі, або автор, який володіє яскравим талантом говорити цікаво про все, – і тоді на перший план виступає сам процес демонстрації думки. В аналізованих нами виданнях адресатом є жіноча аудиторія, яка прагне дізнатися про важливі події з життя талановитих успішних особистостей, отримати корисні поради щодо догляду за собою, ознайомитися з останніми тенденціями світу моди та дізнатися про новинки світу краси тощо;

– *аналіз формального структурування текстів*. Оскільки жанр зумовлює композиційні дистинктивні ознаки текстів, варто звернути увагу на обсяг текстів аналізованого медіажанру, їхнє формальне членування та співвідношення за розміром різних композиційних частин, що дозволить виявити кореляцію між функціональною організацією жанрового змісту та його формальним структуруванням і може мати свої характерні особливості в різних жанрах [13: 128]. З точки зору оформлення медіажанр "слово редактора" характеризує певна періодичність появи на сторінках друкованого видання, переважно постійне місце в номері, встановлений обсяг тексту (до однієї шпальти), увиразнення публікації візуалізацією образу автора (фото редактора), використанням графічного (підпис редактора) та інтерактивного (електронна адреса) супроводу. Зазначений медіажанр має також змістовні інваріантні ознаки, що зумовлюються яскраво вираженим авторським початком, який проявляється або у своєрідності осмислення автором аспектів дійсності, що цікавлять читачку аудиторію, або в текстовому поданні такого осмислення (сюжет і композиція тексту, використання мовних засобів), або одразу на обох рівнях пізнавально-комунікативної діяльності автора [8: 82];

– *аналіз функціональної організації змісту текстів*, оскільки саме специфіка змісту зумовлює жанрову форму твору [13: 128]. Тематичний зміст жанру розглядають як ієрархію підтем та субпідтем [6: 110], на формування яких впливають різні зовнішні детермінанти, зокрема жанрова мета, прагматичні чинники і конвенції відповідної галузі наукового знання [13, с. 129]. Медіажанр "слово редактора"

покликаний лобіювати тему чергового випуску журналу, зацікавити читача, привернути його увагу до видання і тому має відповідні інваріантні ознаки:

- ✓ інформативність (надання повнозначної інформації);
- ✓ завершеність (наявність вступу, кульмінації та розв'язки);
- ✓ корисність (висвітлення актуальних питань);
- ✓ об'єктивність (думка підтверджується наведенням аргументів);
- ✓ предметність (предмет дослідження завжди позначений);
- ✓ ступінь довіри (досягається шляхом розповіді від першої особи, встановленням діалогу з читачем) [11: 103].

Головний редактор практично завжди акцентує увагу на змісті номеру журналу, окреслюючи тематику публікацій та сторінки їх розташування в номері, а також зважає на наступну проблематику: – проблема дружніх / сімейних взаємовідносин; – догляд за собою; – стиль, мода та краса; – кар'єрне зростання; – взаємопорозуміння та вміння знаходити компроміс; – сила волі та витримки, непохитність у подоланні перешкод та досягненні мети тощо. Розгляд кожної теми завершується логічним висновком, окресленням шляхів вирішення питання, заклик до дії, побажанням та підбадьорюванням;

– *аналіз стереотипів текстуалізації* найхарактерніших змістових особливостей, що дозволяє виявити фразовий "каркас" жанру, рівень його рекурентності та варіативності, ступінь його вербальної "жорсткості" [13: 131]. Як уже зазначалося вище, в аналізованому медіажанрі чітко проявляється авторське "я", оскільки роль автора-редактора відрізняється від ролі пересічного журналіста, який, як правило, дотримується принципу неупередженості [9: 43]. Редактор чітко висвітлює свою позицію, представляє власну точку зору, що створює ефект залучення читацької аудиторії до подій, відображених в авторських матеріалах. Вербальне оформлення, граматичні форми і конструкції покликані посилити авторську аргументацію, манеру письма, максимально інтимізувати розповідь, зробити читача учасником оповіді, співрозмовником. Особливості манери інтимізації виявляються у всіх публікаціях головних редакторів, проте вибір стилістичних засобів і ступінь інтимності оповіді залежить від

конкретного автора і проявляється у варіативних ознаках медіажанру [10: 108]. Прагнення до самовираження, самопрезентації, самоподачі не дозволяє обмежувати зазначений медіажанр жорсткими рамками, і тому для нього, як і для жанру есе, характерна деяка розмитість жанрових меж;

– *аналіз жанрових (текстових) елементів*, які можуть мати свою специфіку в різних жанрах як своєрідний відбиток їхньої комунікативної спрямованості [13: 131]. Медіажанр "слово редактора" є однією з обов'язкових рубрик сучасного глянцевого видання, візитівкою журналу – ретельно продуманим, виваженим матеріалом. Тексти медіажанру мають інваріантну комунікативну організацію та композицію, яка містить три класичні складники: – вступ (перші речення, які мають зацікавити читача, привернути його увагу до теми, підготувати до сприйняття повідомлення); – основну частину (власне аргументація, метою якої є переконати читача, підвести до логічного висновку) та – заключну частину повідомлення (висновок, який впливає зі змісту, того, що хотів сказати автор-редактор, заради чого була написана публікація) [9: 89]. Вказані елементи композиції не обов'язково розгортаються в послідовному порядку, оскільки головним завданням є досягнення мети, чітко вираженої позиції автора, а отже, й редакції;

– *аналіз мовних особливостей жанру*, виявлення його мовного "аромату", органічного поєднання мови з комунікативною спрямованістю й акцентуацією жанру [1: 76]. Синкретичність аналізованого медіажанру надає головним редакторам значні можливості щодо використання різноманітних засобів виразності, допомагає чітко висловити власне бачення на проблему сучасності;

– *аналіз інтертекстуальних зв'язків жанрів*, спрямований на виявлення та розгляд можливих конфігурацій жанрів [13: 132]. Аналізований медіажанр є синкретичним за своєю природою і поєднує в собі риси есе, рецензії, коментаря, з певною долею сатири та іронії, притаманних фейлетону та памфлету. За характером комунікативної мети, особливістю впливу на читацьку аудиторію медіажанр "слово редактора" наближається до жанру презентації,

оскільки мета публікації редактора, як і мета попередньої полягає в необхідності донести до цільової аудиторії повноцінну інформацію про предмет, особу, ситуацію, подію, явище [153: 95]. З огляду на це можемо вважати самопрезентацію основною комунікативною стратегією аналізованого медіажанру, яка буде втілюватися на вербальному і невербальному рівнях, коли тема редакторського матеріалу визначає основну тематичну спрямованість чергового випуску глянцевого журналу.

Таким чином, медіажанр "слово редактора" є синкретичним жанром, який поєднує риси аналітичних та художньо-публіцистичних жанрів журналістики. Зазначений медіажанр створюється медійною мовною особистістю та функціонує у просторі мас-медійного дискурсу, зокрема дискурсу глянцевого журналу, що зумовлює низку його інваріантних ознак, до яких відносимо особливості композиційних, лінгвостилістичних та тактико-стратегічних характеристик.

Тексти досліджуваного медіажанру характеризуються довірливим, інколи навіть відвертим тоном, створенням атмосфери тісного спілкування автора з читачами. У публікаціях головний редактор може відкрито лобіювати певні ідеї та закликати читачів до відповідних дій, пропонувати свою точку зору на навколишню дійсність. Вони стають свідченням реальних переживань особистостей та картини світу автора, яка відображається у смисловій складовій матеріалу. Медіажанр "слово редактора" є особливо значимим, оскільки уособлює в собі позицію всього видання та сприймається аудиторією не лише як особиста думка редактора, але й як позиція, тактика і стратегія редколегії журналу.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

1. Бахтин М. М. Слово в поезии и прозе / Бахтин М. М. // Вопр. литературы. – М., 1972. – № 6. – С. 55–85.
2. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник / В. Й. Здоровега. – Львів : ПАІС, 2004. – С. 144–147.

3. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров / Л. Е. Кройчик // Основы творческой деятельности журналиста : учебник / ред.-сост. С. Г. Корконосенко. – СПб. : Знание, 2000. – С. 125–168.

4. Линяева А. А. Особенности жанра колонки редактора в современной периодической печати (на материале журнала "Русский репортер" [Электронный ресурс] / А. А. Линяева. – 2013. – Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2013/122/4162>.

5. Некрасова Е. Д. Редакторская статья: коммуникативная модель жанра [Электронный ресурс] / Е. Д. Некрасова. – Режим доступа: <http://festival.mggu-sh.ru/modules/get-file.php?id=12478&source=work>.

6. Новиков И. С. Семантика текста и ее формализация / И. С. Новиков. – М. : Наука, 1983. – 216 с.

7. Похлебина Д. С. Общие закономерности составления "письма редактора" (на примере женских глянцевого журналов) [Электронный ресурс] / Д. С. Похлебина // Оренбургский государственный университет. – 2014. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/handle/123456789/114>.

8. Ратмайр Р. Прагматика колумнистики. Сравнительное исследование на материале русского языка и русской культуры / Р. Ратмайр. – М. : Языки славян. культуры, 2003. – 144 с.

9. Скулкин О. В. Глянцевый журнальный дискурс в России XXI века: лингвисторические параметры функционирования гендер-идеала : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / О. В. Скулкин. – Сочи, 2014. – 250 с.

10. Тарасенко Т. В. Жанр колумнистики / Т. В. Тарасенко // Международный конгресс исследователей русского языка "Русский язык: исторические судьбы и современность" / Т. В. Тарасенко. – М. : АСТ, 2007. – 316 с.

11. Тимченко И. С. Авторская колонка в современных СМИ / И. С. Тимченко. – СПб., 2011. – 211 с.

12. Шилина А. Г. Слово редактора как жанр женского журнала [Электронный ресурс] / А. Г. Шилина. – Режим доступа: <http://dspace.nbuv.gov.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/24383/32-Shilina.pdf?sequence=1>.

13. Яхонтова Т. В. Лінгвістична генеалогія наукової комунікації : монографія / Т. В. Яхонтова. – Львів : Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2009. – 420 с.