

Черниш О.А.

Структурна та лінгвістична організація текстів жанру "лист редактора" англомовного популярного жіночого журналу як прояв індивідуально-авторського стилю редактора

Черниш Оксана Андріївна, аспірант кафедри англійської філології та перекладу імені Д. Квеселевича Житомирський державний університет імені Івана Франка, м. Житомир, Україна

Анотація. Статтю присвячено структурно-композиційній організації текстів жанру "лист редактора" англомовних популярних жіночих журналів. Мета статті полягає в аналізі функціональної організації жанру "лист редактора" в аспекті структурного членування текстів, співвідношення за обсягом відповідних структурних частин та їх лінгвістичного оформлення.

Ключові слова: жанр, стаття редактора, журнальний дискурс, риторичні кроки

Вступ. Кожна сфера діяльності людини формує свій, надзвичайно різномірний репертуар мовленнєвих жанрів, що зумовлено невичерпним багатством та варіативністю видів та форм суспільного життя [1]. Журналістика не є винятком. Кожне висловлювання відображає індивідуальний стиль автора-журналіста, а жанр створює особливі внутрішні межі, що виокремлюють цей тип від інших йому подібних.

Короткий огляд публікацій по темі. Проблема жанрового аналізу масмедійних творів, зокрема листів редакторів, займає чільне місце у науковому доробку Галич В.М. (2011), Линяєвої А.А. (2008), Потсар А.Н. (2004), Шиліної А.Г. (2013) та інших, які розглядають цей жанр як засіб, за допомогою якого видання демонструє свою позицію щодо актуальних проблем сучасності. Відсутність однаковості в лінгвістичній науці та брак авторитетних досліджень щодо вивчення жанру "лист редактора" обумовлює актуальність нашої роботи.

Оскільки жанр зумовлює семантичні та структурно-композиційні особливості тексту повідомлень, вважаємо за необхідне дослідити формальну, зовнішню й лінгвістичну структуру текстів аналізованого жанру "лист редактора" та особливості їх вербального втілення на матеріалі популярних жіночих журналів "Elle" (Роберта Майерс), "Vogue" (Олександра Шульман), "Cosmopolitan" (Джоана Коулз), "Glamour" (Сінді Леві) та "Marie Claire" (Анна Фуленвайдер) за 2010-2014 роки.

Ціль. Варіативність формального членування та співвідношення за обсягом відповідних структурних частин надасть можливість дослідити індивідуально-

авторські риси/відмінності у функціональній організації жанрового змісту та його формальному структуруванні, дозволить інтерпретувати особливості змістової структури та розкриє авторську специфіку структурно-семантичного подання матеріалу.

Методи дослідження. З метою вивчення формальних та лінгвістичних особливостей текстів зазначеного жанру ми використали аналітичну модель Дж. Свейлза, яка базується на типових риторичних кроках та стратегіях (вербальних, візуальних) як засобу функціональної організації жанрового змісту та дозволяє простежити та формалізувати конвенційну побудову змісту, зумовлену комунікативною спрямованістю жанру [2].

Зважаючи на три конститутивні аспекти жанрів (соціокомунікативний, соціокогнітивний та формально-мовний), виокремлюють два варіанти модифікації жанрового аналізу [2, с. 72-73]:

– текстовий: від безпосереднього розгляду текстів до виявлення кризь словесну тканину їх комунікативної мети та контекстуальних рис із подальшим з'ясуванням міжжанрових мережевих стосунків;

– ситуативно-контекстуальний: аналіз починається з визначення комунікативних та прагматичних чинників комунікації, особливостей рецепції та інтерпретації жанрів, оглядом певного жанрового репертуару відповідної ситуації та завершується розглядом текстових рис жанру.

Звернувшись до текстового жанрового аналізу, ми проаналізували листи редакторів популярних жіночих журналів та виділили загальну формальну жанрову структуру їх побудови (див. табл. 1):

Таблиця 1. Загальна структурно-композиційна організація текстів жанру "лист редактора" популярних жіночих журналів

Риторичні ходи		Р. Майерс "Elle"	О. Шульман "Vogue"	Дж. Коулз "Cosmopolitan"	С. Леві "Glamour"	А. Фуленвайдер "Marie Claire"
Хід 1	Назва рубрики журналу	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Хід 2	Заголовок статті	100 %	89 %	100 %	100 %	-
Хід 3	Підзаголовок	-	-	-	100 %	-
Хід 4	Вступ	100 %	100 %	93 %	100 %	100 %
Хід 5	Основна частина повідомлення	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Хід 6	Заклучна частина	71 %	75 %	100 %	100 %	100 %

Кожна структурна частина жанру "лист редактора" різниться вербальним втіленням відповідного творчого задуму автора. Варто зазначити, що наявна варіативність у наборі реалізованих ходів у кожному з текстів аналізованих редакторів трактується нами як відхилення від наведеного зразка та є свідченням індивідуальної авторської майстерності обрання форми викладу матеріалу та своєрідної манери спілкування з читачкою аудиторією.

Результати та їх обговорення. Розглянемо детальніше загальну формальну організацію текстів жанру "лист редактора" та варіативність їх вербальної та графічної репрезентації.

Олександра Шульман "Vogue". Хід 1. В назві рубрики журналу присутнє незмінне виділення великими літерами позиції автора "EDITOR'S" та тендітного курсивного наведення *letter*, що свідчить про певну

долю консерватизму та жіночої вишуканості та душевності.

Хід 2. Заголовок статті слугує дзеркальним відображенням заголовка самої рубрики: "**Power DRESSING**" [June, 2013], "**Picture THIS**" [April, 2013], "**Culture CLUB**" [December, 2012] тощо. Вдала симетрія втримує напругу очікування та готує до подальшого сприйняття повідомлення.

Хід 3. Підзаголовок у листах А. Шульман відсутній. Хід 4. Зав'язка розповіді починається вже в самому вступі, який протікає у двох формалізованих вимірах: 1) безпосередньому переході до основної теми повідомлення, зазначаючи важливу інформацію, необхідну для антиципації: "... *The World of Lady Thatcher's death broke as we closed this issue. Although it was well known she was not in good health, I was still shocked by the news and also moved by many of the tributes, because for women of my generation, Margaret Thatcher had for so long been an influential fact of life ...*" [June, 2013], або ж 2) з короткого огляду ключових позицій журналу, задовольняючи цікавість читача одразу ж: "... *In this issue of «Vogue», we celebrate two very different kinds of shopping – the hugely expanding arena of online and traditional car-boot, each perched at opposite ends of the shopping spectrum ...*" [November, 2012] тощо.

Хід 5. Основна частина повідомлення присвячена опису розгортання подій світу моди, краси, стилю та вишуканості, а в заключній (Хід 6) авторка ділиться власними враженнями від прочитаного чергового номеру журналу: "... *For on the her article "What Fur?", "Vogue"s Emily Sheffield travels to Denmark to report complex debate around its use and production, and her detailed research shows that for every answer she receives, another question emerges. It's an emotive subject but one I felt "Vogue" should look at ...*" [September, 2013], а також запитує думку читача: "... *We had a lot of debate about whether it was nostalgic or modern; personally I think it is a unique mix of both. I'd love to know what you think ...*" [April, 2013].

Вцілому листи А. Шульман сягають двох сторінок, де автор влучно добирає та обговорює актуальні питання, такі важливі для сучасної жінки. У листах відсутнє візуальне структурування вступної, основної та заключної частин, проте вербальне оформлення думки автора є поступовим, логічним та завершеним, що свідчить про довершеність стилю автора.

Роберта Майерс "Elle". Хід 1. У листах Роберти Майерс назва рубрики журналу **EDITOR'S LETTER** прослідковується у верхньому лівому куточку і зазначається великими літерами з жирним наведенням або ж у нижньому лівому кутку біля індикації сторінки.

Хід 2. Заголовок статті яскравий та дещо зухвалий: від написання слів великими літерами з жирним наведенням: "**IMAGE CONTROL**" [August, 2012], "**LOVE AND WORK**" [April, 2011], "**WHAT COMES NATURALLY**" [July, 2011] до написання великими літерами з великою та маленькою буквицею першої літери першого слова: "**iSTANT MESSAGING**" [October, 2012], "**SHOWTIME**" [January, 2014] що одразу ж привертає увагу читача своєю неординарністю. Хід 3. Підзаголовок відсутній.

Хід 4. У вступі Р. Майерс надає великого значення флешбекам зі свого власного досвіду: "... *When I worked at Seventeen magazine more than 15 years ago, we were often the target of organized letter campaigns, typically from parent and religious groups infuriated by pieces we'd done on hot-button subjects such as sex and birth control ...*" [March, 2011], досвіду своєї команди: "... *A little over a year ago, my friend Heather Vanderberghe and I went to Washington, DC, to scout locations for an event we were planning ...*" [December, 2010], опису робочої атмосфери створення чергового випуску журналу: "... *A few of our editors were sitting around talking about this month's story "That Lovin' Feeling", examining the use of the club drug Ecstasy to help couples in counseling repair relationships that have frayed or completely unraveled ...*" [April, 2011], атакож ділиться власними сімейними здобутками, епізодами зі свого життя: "... *Recently, my son conducted a social experiment: He held the door for eight different patrons at the Golden Pear Café, a gourmet coffee sort of place, in East Hampton ...*" [November, 2012], таким чином, плавно переходячи до основного звернення до читача.

Хід 5. Основна частина повідомлення характеризується особливо вираженою глибиною контексту, чіткістю та послідовністю вербального втілення задуму впродовж 3-4 абзаців.

Хід 6. Заключна частина вражає відкритим фіналом-закликом: "... *Fashion and beauty are, as they say, twin sons (or shall we say daughters?) of different mothers, who work in tandem to help to write the message you want to send about yourself. Now, don't you feel the love? ...*" [April, 2011], визначальними номінативними реченнями: "... *In this issue is their story, which Heather wrote: a story of the power of love. The ultimate power, indeed ...*" [December, 2010]; "... *I admire the most: She is grateful to those who allowed her to make the choices she did, and she's willing to pay it forward – no matter how others might judge her ...*" [September, 2011]; "... *But I am happy to say that through all this, our mission has remained the same: "To open women's appetites. Stay hungry ...*" [September, 2013]. Авторка чітко та лаконічно підсумовує основну ідею свого повідомлення, надаючи читачеві власний логічний умовивід.

Обсяг листів редактора не перевищує сторінки, проте зміст вражає доречністю та актуальністю підібраних тем автором, людиною з відкритою душею та нестримною енергією.

Сінді Леві "Glamour". Хід 1. Звертаючись до листів Сінді Леві одразу ж занурюємося в атмосферу довіри, відвертості та щирості. Сама назва рубрики "**From me to you**" налаштовує читача на відкритість та доброзичливість, які так притаманні головному редакторові.

Хід 2. Заголовки повідомлення вражають своїм розмаїттям: від жирного наведення: "**Raise Your Hand If You Believe in Women**" [January, 2014], до поєднання з курсивом: "**Welcome to My Favorite Issue Of the Year**" [December, 2013]; від риторичних питань: "**What Would You Run For?**" [November, 2013], окличних речень: "**Oh, What a Night!**" [January, 2013], до замовчувань: "**And Now for a Little Free Fashion Advice ...**" [March, 2013]. Хід 3. Широке розмаїття засобів виразності та стилістичних прийомів вже в

самих заголовках продовжується в підзаголовках, які слугують своєрідним смисловим доповненням та увиразненням назви, зацікавлюють читача та націлюють на подальше сприйняття: **"What Would You Run For? It takes a lot to motivate me to go 26, 2 miles. (Frankly, it takes a lot to motivate me to go one mile!) Here's why I'm doing it anyway. What would inspire you to tackle your Big Thing?"** [November, 2013].

Хід 4. У вступі Сінді звертається до своїх думок та вражень: "... *Music is personal. You've got your favorite song, I've got mine ...*" [August, 2013], атакож думок інших: "... *They say in life it's good to do the thing that scares you, so I guess it's really good that I am bat-sh-t terrified about running the New York City marathon on November 3 ...*" [November, 2013], тим самим зазначаючи головну ідею, яка червоною ниткою пронизуватиме всеповідомлення.

Хід 5. Цікавим є структурування основної частини повідомлення: від суцільного тексту до нумерації смислових абзаців тексту: "... **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 ..." [March, 2013]. Розмаїття текстової організації дозволяє автору утримувати читача у напрузі, щоразу дивуючи манерою організації своєї словесної думки.

Хід 6. Заключна частина слугує настановою читачеві, змушуючи не лише замислитися над сказаним, але й перейти до рішучих дій: "... *Afraid of anything? Not with women like that to show us how it's done ...*" [January, 2014]; "... *I hope it inspires you to go wherever your dreams take you. Don't forget your camera! ...*" [December, 2012], а також зверненням-проханням редактора до читачів ділитися власними враженнями, емоціями та почуттями: "... *I hope you'll tell me: Who inspired you? Who would you have added? And most important: What will you these heroes motivate you to do? ...*" [December, 2013].

Обсяг статей редактора становить переважно 2 сторінки та супроводжується яскравими світлинами, що слугують чудовим візуальним обрамленням думки.

Джоанна Коулз "Cosmopolitan". Хід 1. Назва рубрики головного редактора несе в собі відтінок сокровенності: **"From the Editor"** (з наголосом у вигляді жирного наведення на останньому слові), як подарунок, так бережно та особливо вибраний небайдужою людиною.

Хід 2. Заголовки є яскравою еkleктикою жирного наведення, написання слів великими літерами та заклику до дій в окличних реченнях: **"Own It!"** [November, 2013], **"Work Smart!"** [September, 2013], **"Be SMART, SEXY, and STRONG!"** [May, 2013], замовчувань з метою втримання напруги: **"New Girl ..."** [January, 2013] тощо. Хід 3. Підзаголовок у листах Дж. Коулз відсутній, автор одразу ж переходить до вступу (Хід 4), де яскраво виражає свою індивідуальність як у графічному плані (за допомогою буквиці, відмінним шрифтовим увиразненням: **"It's our goal at Cosmo to bring you a magazine packed with stories that get you talking, laughing, arguing, sharing, and trying new things (in the bedroom and beyond!)"** [May, 2013], жирним наведенням: **"I wish I could say I use the treadmill desk**

in this photo as much as I planned to when I first unpacked it and plugged it in ..." [January, 2014], так і у стилістико-смислового (семантичного) з використанням іронії: **"... What fun to swing my legs from the very chair legendary editor Helen Gurley Brown once sat in! ..."** [January, 2013] тощо.

Хід 5. Основна частина тексту є чередою подій, що повідомляються у витриманій лінійній послідовності. Проте зрідка можна спостерегти ініціальне, початкове виділення абзаців буквицею: "... *So if you find yourself in the same position, use their experience ("When You Work Weird Hours", page 153). Finding time to exercise is key to staying sane when you're busy ...*" [September, 2013] та жирним наведенням: "... *I also realized I was in the wrong position and moved on to a different gig. Working in a fast-paced environment is exhilarating, but it's also important to remember to slow down and appreciate our good fortune ...*" [November, 2013] тощо.

Хід 6. Заключна частина є підбадьорюванням читачької аудиторії до дій: "... *We've dubbed this issue the Sexy Power Issue – so here's to getting what you want, starting now ...*" [October, 2013], побажанням: "... *She told me at her shoot that she'd be celebrating her 21st birthday volunteering in Kenya with Free the Children. A huge Cosmo happy birthday to her! ...*" [August, 2013], "... *Happy New Year – and you're welcome! ...*" [January, 2014] тощо.

Розмова редактора з читачем триває сторінку, насичену враженнями, емоціями та переживаннями персонажів оповідей та самої редакторки.

Анна Фуленвайдер "MarieClaire". Хід 1. Назва журнальної рубрики А. Фуленвайдер **"Editor's Note"** з фоновим виділенням першого слова. Саме слово *Note* як другий компонент назви рубрики вказує на стислий обсяг повідомлення (1 сторінка) у вигляді анонсування подій сторінок журналу. Редактор ніби дає поради в стікерах-повідомленняхчого не забути, на що звернути особливу увагу тощо.

У листах Анни відсутні заголовки (Хід 2) та підзаголовки (Хід 3). Хід 4. Натомість автор послуговується графічним виділенням першого речення вступної частини свого повідомлення, вдаючись до збільшення шрифту та жирного наведення: "... **Are you any good at keeping resolutions? Is anyone? ...**" [January, 2013], "... **The whirlwind of holiday season is upon us, and despite every intention to get it all done early, I will inevitably be scrambling for the perfect, most thoughtful presents for the people I care about at the last minute ...**" [December, 2013], привертаючи увагу читача та натякаючи на зміст своїх листів.

Хід 5. Основна частина повідомлень розгортається або в лінійній послідовності, або в структурно-схематичному перерахуванні подій нового абзацу з жирним наведенням початкових слів: "... ***February often gets a bad rap – the end of winter can drag on as we wait (and wait) for signs of spring ...<> ... Speaking of parties, we recently threw a dinner in Los Angeles for a few of our favourite actresses ...**" [February, 2013].

Хід 6. В заключній частині повідомлення редактор намагається підбадьорити читача, вселити сподівання на краще та закликати до відповідних змін: "... **Make this your year to dream big, even if you start small ...**"

[January, 2014], "... Read their compelling stories of strength, courage, and resilience in "I Survived" (p. 82), then contact your congressperson to support gun control legislation. Every one of us can make a difference ..." [July, 2013].

Висновки. Здійснений структурно-лінгвістичний аналіз текстів жанру "лист редактора" виявив варіативність в жанровій архітектоніці та лінгвістичному оформленні текстів аналізованого жанру, що свідчить про особливості індивідуально-авторського стилю досліджуваних редакторів, їх творчих уподобань, своєрідної самобутньої майстерності слова в канві творів.

ЛІТЕРАТУРА (REFERENCES TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

1. Бахтин М.М. Проблемы речевых жанров / М.М. Бахтин // Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1986. – С. 10.
Bakhtyn M.M. Problemy rechevykh zhanrov / M.M. Bakhtyn // Éstetyka slovesnoho tvorchestva. – M.: Yskusstvo, 1986. – S. 10.

2. Swales J.M. Genre analysis: English in academic and research settings / J.M. Swales. – Cambridge: Cambridge University Press, 1990. – 274 p.

Chernysh O.A. Structural and linguistic texts' organization of editor's letter genre of popular English women's magazines as a manifestation of individual author's style

Abstract. The article deals with the structural and linguistic texts' organization of editor's letter genre of popular English women's magazines. The aim of the article is to analyze the functional organization of editor's letter genre in terms of text structural division and ratio of the structural units and their linguistic embodiment.

Keywords: genre, editor's letter, magazine discourse, rhetorical moves

Черныш О.А. Структурная и лингвистическая организация текстов жанра "письмо редактора" англоязычного популярного женского журнала как проявление индивидуально-авторского стиля редактора

Аннотация. Статья посвящена структурно-композиционной организации текстов жанра "письмо редактора" англоязычных популярных женских журналов. Цель статьи состоит в анализе функциональной организации жанра "письмо редактора" в аспекте структурного членения текстов, соотношения по объему соответствующих структурных частей и их лингвистического оформления.

Ключевые слова: жанр, статья редактора, журнальный дискурс, риторические шаги