

socio-political situation on the language, analyzed the one of method of occasional word formation, described the most productive models, given the examples of neologisms from different types of mass media.

УДК 81'4

Мирослава Мамич

## МЕДІЙНИЙ ЖАНР «ОБКЛАДИНКА»: ПОСТАТЬ, ЧАС, ОЦІНКА

*У колі уваги дослідження журналу «Жінка» постає один із численних медійних жанрів – «обкладинка». Наголошено на тому, що він відбиває часові особливості впровадження лінгвокультурологічних індикаторів цінностей буття. Крім того, виділено типи текстової частини медіажанру «обкладинка», ключовим у яких є візуальний образ, ілюстрація, портрет, фотографія. Відзначено основні функції аналізованого медійного жанру, а також його неавтономність, зв'язок з іншими медіажанрами видання.*

**Ключові слова:** *медіажанр, міні-текст, цитата, лінгвокультурологічний індикатор цінності, асоціативно-образний зв'язок.*

*The main attention of the research of the magazine «Zinka» is one of the many media genres – «cover». It is stressed that it reflects time features of introduction of linguocultural indicators of values of being. In addition, two types of text part of media genre are highlighted «Cover», the key in which is a visual image, an illustration, portrait, photo. The main features of the analyzed media are noted the genre, as well as its non-autonomy, the connection with other media genre editions.*

**Key words:** *media genre, mini-text, quotation, linguocultural indicator of values, associative-shaped communication.*

Обкладинка журнального видання – дзеркало соціальної групи, на яку він розрахований, іміджевих ознак тих чи інших постатей у певні періоди історії спільноти, яку вони представляють. Крім символічного візуального коду, закріпленого за кожною обкладинкою, вона може містити і т. зв. лінгвокультурологічні індикатори цінностей, тобто слова, звороти, міні-тексти з естетичним, соціально-

економічним, морально-етичним, гендерним змістом тощо. Тому цілком об'єктивною є думка, що медійний жанр «обкладинка» відображає типові для часу виходу журналу, для суспільної атмосфери, для соціальної групи, способу її діяльності (праця, навчання, відпочинок, догляд за собою і кимось, здоров'я, міжособистісні стосунки, презентація когось чи чогось тощо), загалом – для української культури – явища.

У колі нашої уваги – візуальні й вербальні, словесні, коди обкладинки відомого в Україні журналу «Жінка». Сама назва часопису вказує на те, що з-поміж інших можливих зображень перевага надаватиметься зображенню жінок і тих предметів, образів, що асоціюються з нею. Медійний жанр «обкладинка» якраз і має таку специфіку: у ньому візуальний складник переважає над вербальним. Утім, з погляду лінгвостилістики саме текстові складники надають зоровим образам більшої виразності, чіткості, спрямовують адресатів інформації до певних переживань, оцінок.

За нашими спостереженнями, у сучасних виданнях журналу «Жінка», тобто від кінця 90-х рр. минулого століття, текстові елементи медіажанру «обкладинка» увиразнюють саме гендерну специфіку часопису, пор.: *Чоловіки! Схиліться перед нею в пошані й захопленні! Вона – переможе!* (Жінка, 1999, №5); *Єдине ціле: Жінка і Весна / – найдосконаліше творіння світу! / Коли й меча торкається Вона / – Крізь меч сталевий проростають квіти!* (Людмила Гнатюк) (Жінка, 2006, №5); *Земних красунь сузір'я дивне / Чи здатні малювати слова? / І серед них – оця чарівна / «Міс Жінка» – 2002». / А Рік Новий – творець Фортуни / Нові запалює зірки... / Кого із вас, читачки любі, / Увічнять «Жінки» сторінки?* (Жінка, 2003, №1). Привертає увагу читачів акцент журналістів на оцінних епітетах та номінаціях осіб (*пошана, захоплення, найдосконаліша, чарівна, люба, красуня*).

Зовсім інші лінгвокультурологічні індикатори цінностей несуть обкладинки 70 – 80-х рр. Серед них – соціально-економічні (*Дорогі подруги! Сміливіше опануйте техніку! Поповнюйте ряди сільських механізаторів – послідовниця Парасковії Ангеліної!*) (Радянська жінка, 1972, №4); *Працювати хочу і вмію* (Радянська жінка, 1988, №11)). Адже саме в цей час

панує ідеологема 'працьовитість, любов до праці', 'соціальна й гендерна рівність'. З наведеними ціннісними ознаками медіатексту «обкладинка» пов'язана соціокультурна, тобто увиразнення соціального престижу людини певної професії: *День учителя – щодень!* (Радянська жінка, 1988, №10); *І знову вересень* (Радянська жінка, 1988, №9).

Перегляд журналів до початку 90-х рр. виявляє, що важливим для суспільної свідомості було виокремлення такого лінгвокультурологічного складника цінностей, як фізичний (вік людини). Пор. стилістичні функції номінацій молодих за віком осіб: *Довіряйте нам, молодим* (Радянська жінка, 1988, №10); *О будь благословенна, юносте! Благословенні будьте травень і весна!..* (Радянська жінка, 1991, №5). І це не випадково, адже молодь – перспектива держави: *ЛКСМУ – 50. Зі святом вас, юні!* (Радянська жінка, 1969, №6). Акцент на «молодому», як відомо, викликає позитивні асоціації.

Поза часовими межами перебуває утвердження через медіажанр «обкладинка» такої морально-етичної цінності, як щастя: *Що потрібно для щастя? Тихе надвечір'я, сонячний ранок, рідний дім, мама незрадлива усмішка, розважливе батькове слово. Дорога. Кінь, як певність того, що збережемо те, що мусимо зберегти в цьому світі... Усе це – щастя. Хай не скутим видасться на нього рік новий!* (Радянська жінка, 1990, №1); *Щоб не розминутися з щастям, бережи свою весну, дівчинко!* (Жінка, 99, №4); *Хто скаже, що воно таке – жіноче щастя? Може, весна? Березень... Передчуття кохання?..* (Жінка, 2001, №3). А також побажання масовій аудиторії жінок щасливої долі: *Без страху та упереджень творіть власну долю. І хай вам у цьому допомагають чоловіки та ... зорі* (Жінка, 1999, №2).

Не оминають журналісти й утвердження таких лінгвокультурологічних індикаторів цінностей, як доброта (*Хай добро нас усіх єднає* (Жінка, 2001, №4)); співчуття, відповідальність, віра (*Свіча Поминальна і свіча Надії... 26 квітня полум'я їхне в кожному нашому домі зіллється в одне полум'я Віри! Ми будемо жити! І ніколи більше не допустимо нових чорнобилів, не завдамо рідній землі, дітям,*

нашим далеким нащадкам страждань і мук... (Радянська жінка, 1991, №4)).

Велике значення для позитивного іміджу самого часопису, а також поширення позитивних емоцій має актуалізація таких стереотипів, як вітальні. У тісному асоціативно-образному зв'язку з ними номінації *жінка, весна* (зокрема, *травень*), *мир, юність*, що підсилюють життєствердний характер медійного жанру «обкладинка»: *З весною і святом вас, дорогі жінки!* (Радянська жінка, 1991, №3); *Травень, мир...* (Радянська жінка, 1990, №5); *І травень зелений, / і мир на землі, / і усміх дитини... / Це все – перемога* (Радянська жінка, 1988, №5); *Чарівність травня. Чарівність юності* (Жінка, 2001, №5).

Органічні для медіажанру «обкладинка» такого видання, як «Жінка», лінгвокультурологічні індикатори цінності материнства, батьківства, про що засвідчують міні-тексти: *Хлопчик набігався і заснув. І сняться йому різні дива... Чиста, тепла вода в річці й золоті рибки в ній, рожеві яблука на блакитних гілках, соняшники, що ясним світлом освітлюють не лише землю, а й небо... І сняться мамина усмішка й татове плече, з якого він, малий, хоче злетіти, аби побачити і збагнути світ... Хай усе буде так насправді! Соняшники – жовтими. Мамина усмішка – доброю. Татове плече – надійним. А світ – затишним* (Радянська жінка, 1991, №6).

Лише на початку 90-х увиразнився україноцентричний складник у словесному ряді медіажанру «обкладинка»: *Боже, великий, єдиний! Нам Україну храни!* (Радянська жінка, 1991, №8).

Якщо серед наведених прикладів переважають «безавторські», тобто запропоновані журналістами, редакторами часопису, то далі наводимо приклади словесного супроводу зорового зображення, що є цитатами з творів відомих загалом письменників, поетів, висловленнями з фольклору. Вони підсилюють авторитетність словесно-образного узагальнення, ефект емпатії, експресію медіажанру «обкладинка». З цим різновидом висловлень також пов'язані певні лінгвокультурологічні індикатори цінностей.

Серед вітальних – краса пори року (*От і травень прийшов. / Зрастуй, травню веселий! / У зелене святкове вбрання / Одяглись дерева, / Стали теплими дні, / Заливають все сонячні зливи, / І назустріч весні / Кожний серце своє odkрива (Володимир Сосюра) (Радянська жінка, 1990, №5); Стояла я і слухала весну. / Вона мені багато говорила... (Леся Українка) (Жінка, 1993, №4)), кохання (Так ніхто не кохав. / Через тисячі літ лиш приходить подібне кохання. / В день такий розцвітає весна на землі / І земля убирається зрання... (Володимир Сосюра) (Жінка, 1997, №5); Обдаруй мене коханням рясним. / Не дивися на мене так полохливо. / Мною, може, ти тільки снів. / – Я чекаю тебе, увійди в моє диво (Олександр Матійко) (Жінка, 2003, №5); Як у небі молодому / Місяць перснем засія, / Голубим по голубому / Напишу тобі: «Моя» (Борис Олійник) (Жінка, 2008, №3); ... Так будь же зі мною, / Як літо з весною, / Щоб сонце світило і зорі ясні, / Щоб руки співали, / Щоб руки шептали / Таке щось чарівне і миле мені (Євгенія Лещук) (Жінка, 2003, №10)), любов до життя (Я дерево, я сніг, я все, що я люблю. / І, може, це і є моя найвища сутність (Ліна Костенко) (Жінка, 1999, №12)). Властиво, що саме цитати з творів української поезії прикрашають сторінки видання «Жінка».*

Значно рідше текстовий супровід мають суспільно-політичні ціннісні складники.

Фольклорні вислови також нечисленні: їм «дорога була відкрита» вже на початку 90-х, коли національно-культурний компонент міг пробитися до такого іміджевого медіажанру, як «обкладинка», пор.: *Щедрий вечір, добрий вечір, / Добрим людям на здоров'я!* (Радянська жінка, 1991, №12).

Важко вже зараз пояснити, чому, але цитата з Ліни Костенко подана без вказівки на авторство: *Поезія – це завжди неповторність, / Якийсь безсмертний дотик до душі* (Радянська жінка, 1990, №3). Можливо, це свідчення афористичності вислову.

Прикметно, що наскрізно через усі міні-тексти медіажанру «обкладинка» проходять засоби інтимізації – особові займенники (*я, вас, ви, ми, нам, зі мною*), звертання (*молодь, юнь, дорогі жінки, дорогі подруги, читачки любі*), дієслова у

формі наказового способу (*будь же зі мною; обдаруй коханням; сміливіше опануйте техніку*), етикетні кліше (*добрий вечір*). Позитивне налаштування спільноти, утвердження життєствердних ідеалів – це важлива риса аналізованої частини журналу «Жінка». Крім власне закладення, підтримування й актуалізації лінгвокультурологічних індикаторів цінностей буття, словесний ряд медіажанру «обкладинка» виконує популяризувальну, освітньо-виховну функції, формує, розширює т. зв. цитатний, афористичний словник читачів. Отже, естетично-пізнавальна функція йому також притаманна.

Запропоноване дослідження медійних міні-текстів обкладинки можна продовжувати і в іншому ракурсі: як вони пов'язані зі статтями, що об'єднує, скріплює та чи інша обкладинка. Такі зв'язки притаманні виданню «Жінка». Зокрема, зміст медіажанру «обкладинка» може бути конкретизований у медіатекстах-розповідях, в інтерв'ю з відомими особами, у портретних нарисах, тобто компоненти власне публіцистичного і художньо-публіцистичного контентів подібного видання можуть бути тісно переплетені.

Статтю отримано 02.04.2017

Myroslava Mamych

## **MEDIA GENRE «COVER»: PERSON, TIME, EVALUATION**

The article is devoted to the research of one of the important media genres of magazine editions – the media genre «cover». The analysis is based on the definition of the role of the media genre «cover», as well as the differentiation of visual and textual components in it. In addition, it is noted that the textual accompaniment of illustrations in some cases do not have authors – it is created by journalists that work in the appropriate editorial board, and in other cases on the covers of the magazine «Zinka» placed precedent, that is, readable texts are recognized by the readers.

Positive community setting, affirmation of life-affirming ideals is an important feature of the analyzed part of the magazine «Zhinka». In addition to establishing, maintaining and updating the linguistic and cultural indicators of the values of being, the verbal series of the media

genre «cover» performs popularizational, educational and educational functions, forms and expands so-called quotational, aphoristic dictionary of readers. So, the aesthetic-cognitive function is also inherent in it.

The proposed study of media mini-texts of the cover can be continued in a different perspective: how they relate to the articles that unite, binds one or another cover. Such connections are inherent to the publication «Zhinka». In particular, the content of media genre «cover» can be specified in media texts-stories, in interviews with well-known people, in portrait essays, that is, the components of the journalistic and artistic-journalistic content of such a publication can be closely intertwined.

**Key words:** media genre, mini-text, quotation, linguocultural indicator of values, associative-shaped communication.

УДК 81'38

Ангеліна Ганжа

## ГЕНДЕРНІ ПРОЕКЦІЇ ДЕКОДУВАННЯ КІНОТЕКСТУ (НА ПРИКЛАДІ ДОКУМЕНТАЛЬНИХ ФІЛЬМІВ ПРО МАРКА ВОВЧКА)

*У статті зроблено спробу виявити залежність декодування документального кінотексту від гендерно маркованих мовних стратегій і тактик комунікантів. Рецепція й аналіз лінгвальних та нелінгвальних знаків кінотексту стрічок «Мовчазне божество» (2006), «Марко Вовчок. Таємнича зірка» (2013) спроектовані на специфіку жіночої й чоловічої мовної поведінки в українській лінгвокультурі. Висловлено гіпотезу, що ведучий такого аудіовізуального продукту постає як модельна мовна особистість щодо метаадресата документального кінотексту – глядача.*

**Ключові слова:** кінотекст, лінгвогендерологія, мовний контент фільму, знак кінотексту, вербальна комунікація, невербальна комунікація, декодування, модельна мовна особистість.

*The article attempts to reveal the dependence of decoding of movie text of the documentary film on gender-marked language strategies and tactics of communicants involved in the film. Reception and analysis of lingual and non-lingual signs of movie text of documentaries «Silent Divinity» (2006), «Marco Vovchok. Mysterious Star» (2013) are designed on the specifics of female and male lingual behavior in Ukrainian lingual culture. The hypothesis is put forward that the leading of documentary appears*