

Шилина А.Г.

## СЛОВО РЕДАКТОРА КАК ЖАНР ЖЕНСКОГО ЖУРНАЛА

Исследовательский интерес лингвистов к проблеме жанра во многом способствовал возникновению креативного и перспективного направления лингвистики – теории речевых жанров, или жанроведения (генристики) (В.Е. Гольдин, 1999; М.А. Кормилицына, О.Б. Сиротина, 2001; В.В. Дементьев, 2002), или генологии (Ст. Гауда, 1999; Ф. Бацевич, 2005). Несмотря на высокопрофессиональный уровень разработки проблемы речевых жанров (концептуальные идеи М.М. Бахтина, А. Вежицкой, подходы к описанию жанров *комплимент, сора, колкость, анекдот* К.Ф. Седова, *семейная беседа* Я.Т. Рытниковой, *беседа светская, разговор по душам, флирт* В.В. Дементьева, *граффити студенческое* Н.Б. Лебедевой и Н.И. Тюкаевой, *записка школьная* А.П. Ростовской, *поздравление* Т.В. Тарасенко, *проработка* С.Ю. Данилова, *гороскоп* А.Н. Хвостовой, *NetMail* Е.Н. Галичкиной, *chat* М.Л. Макаровым и мн.др.), «репертуар» жанров не только не устаревает, а с каждым годом обновляется.

Процесс «обновления», трансформации жанров не обошел и журналистику. С 90-х г.г. XX столетия традиционная классификация журналистских жанров (информационные, аналитические и художественно-публицистические) начала концептуально обновляться (см. работы М.Н. Кима, Е.И. Пронина и др.). В XXI веке произошло переосмысление жанровых ценностей, «пересмотр» жанровых границ: многие жанры перестали «жестко атрибутироваться только как информационные и аналитические» [1, с. 10]. Так, аналитический жанр *редакционная статья* может быть идентифицирован как художественно-публицистический. Рубрики этого жанра стали неотъемлемой составляющей женского журнала в Украине. По содержанию *редакционная статья* – это «введение», «вступительная статья автора», по форме – вариации названий в разных изданиях, например: *Слово редактора* («Натали»), *Колонка редактора* («Любимая»), *От редакции* («OOPS!», «Joy»), *Слово редакции* («LQ»), *From the editor* («CosmoLady»). Мы будем придерживаться варианта *слово редактора*.

Целью настоящей статьи является попытка описать модель жанра *слово редактора*.

Взяв за основу семь классификационных признаков речевых жанров Т.В. Шмелевой [2; 3], мы рассматриваем *слово редактора* как самостоятельный фатический жанр.

**1. Коммуникативная цель.** X (адресант-редактор) обращается к Y (адресату-читательнице/читательницам) для того, чтобы проинформировать об основном содержании номера журнала и заинтересовать (иногда заинтриговать) если не всеми материалами журнала, то хотя бы отдельными публикациями.

**2. Образ автора.** Автором *слова редактора* является главный редактор или редакционный коллектив.

**3. Образ адресата.** Адресатом выступает женская аудитория. Каждый женский журнал определяет свою целевую аудиторию по возрасту, образованию, социальному статусу и т.п.

**4. Диктумное (событийное) содержание.** Сам факт возникновения *слова редактора* обусловлен готовностью к печати текущего номера женского журнала и необходимостью продвижения издания на массмедийном рынке Украины.

**5, 6. Образ прошлого и образ будущего.** *Слово редактора* – жанр, который «разыгрывается по вполне определенному сценарию» [2, с. 94]. Попробуем описать этот «сценарий».

*Слово редактора* может быть как без отдельного заголовка, так и с заголовком, который чаще всего связан с временем года, например: зима - февральский номер *«Праздник любви»* (ко дню Святого Валентина) («Натали»); весна - майский номер *«Крепче обнимай!»* (строка из песни Кристины Орбакайте) («Joy»); *«Почему я люблю май, или Все на маёвку!»* («CosmoLady»); лето - июньский номер *«Яркое лето»* («Joy»); осень – ноябрьский номер *«Роскошь уединения»* («Натали»).

Редакторы женских журналов используют разные формы обращения к женской аудитории: а) нейтральную этикетную: *Дорогие читательницы!* («Единственная», «Любимая», «Joy»); б) этикетную с указанием возраста и статуса: *«Дорогие девочки, девушки, дамы!»* («Joy»); в) приятельскую: *Привет!* («OOPS!»). Есть *Слово редактора*, в котором отсутствует какая-либо форма обращения («Натали», «LQ»).

Основная часть *слова редактора* посвящена анонсу материала номера. Адресант заинтересовывает, интригует адресата, называя: а) общую тему номера: *Наша тема месяца «Ты, он и ваши дети» поможет вам пересмотреть свои взгляды на некоторые стереотипы и построить гармоничные, жизнерадостные отношения* («Единственная»); б) отдельную статью: *... можно ... самостоятельно создавать маленькие чудеса, от которых становится светлее и тебе самой, и окружающим! Как? Варианты ищи в статье «Привет от Амели»* («OOPS!»); в) конкретные страницы: *Этот июньский номер JOY тоже создан для того, чтобы вас развлекать, дарить интересную и полезную информацию и просто создавать вам хорошее настроение! А потому для вас мы взяли эксклюзивное интервью у веселых и смешных парней из команды «95 Квартал» (стр. 42), а члены нашей редакции Наталья Кисарова и Мария Снегирева смогли лично пообщаться в Москве с самой Пэрис Хилтон и дизайнером Кирой Пластининой! (стр. 50)* («Joy»).

Концовка *слова редактора* подается в режиме: а) пожелания: *Всего вам самого доброго!; Будьте счастливы!* («Единственная», «Натали»); *Пусть для каждой из вас этот ноябрь будет сладким, ярким и теплым!* («Любимая»); *Любви вам всем и личного счастья!* («Joy»); б) побуждения к чему-либо: *Просто переверачивай страницу и начинай читать!; Тогда вперед – пора осуществлять задуманное!* («OOPS!»); в) по-

здравления: (читательницам) *Мы поздравляем всех вас с этим нежным и поэтому ранимым праздником любви!* («Натали»); (журналу) *С днем рождения, мое сокровище!* («DIVA»); г) монолога, предполагающего диалог: *Осень – это тренд! Согласна? Тогда мы одна команда!* («OOPS!»); ... *только борщ вкуснее вчерашний, а мужчины должны быть свежими. Вопросы? Замечания? Предложения? Нет? Вперед!* («LQ»); д) тематического эпилога: майский номер о любви к маёвке: *Теперь меня, конечно же, маяят не демонстрации, а «дальние страны» с возможностью полежать на пляже или просто попутешествовать. Поэтому я люблю май и маёвку* («CosmoLady»).

Завершающим «сценарным аккордом» слова редактора является прощание с целевой аудиторией а) в экспрессивной этикетной форме: *Искренне ваша Инна Кучер, главный редактор; С любовью Оксана Литовченко* («Любимая»); *Твой главный редактор Наталия Хоменко* («OOPS!»); б) в нейтральной этикетной форме: *Жанна Лаврова, главный редактор* («Натали»); *Елена Скачко, главный редактор* («Единственная»); *Наталья Портная, главный редактор JOY* («Joy»); *Юлия Новгородская, главный редактор* («DIVA»); *Главный редактор Татьяна Краева* («CosmoLady»).

В слове редактора образ прошлого предполагает инициативу в общении со стороны адресанта, а образ будущего – ответ адресата на подобную инициативу тремя способами: а) покупкой журнала; б) прочтением журнала (причем не обязательно покупного, может быть вариант прочитанного в библиотеке, у подруги, в салоне красоты и т.п.) и в) написанием письма в редакцию, что создает условия для развития «реактивного» жанра *письма читательниц*.

**7. Формальная организация (языковое воплощение).** Успешная реализация коммуникативной цели «проинформировать и заинтересовать адресата» воплощается с помощью:

а) лексических средств:

слов, употребленных в переносном значении: *Ну вот, детство подкралось незаметно* («OOPS!»);

разговорной лексики: *Надеюсь, наши шпаргалки вам пригодятся* («Любимая»);

просторечной лексики: *Это мы к тому, что пока у нас не отрос второй орган, придется удовлетворяться с помощью тех, у кого он отрос, какими бы сложными раздолбайскими негодьями они не были* («LQ»);

жаргонизмов: ... *б мегакрутых, самых звездных sexy-парней сделали откровенные фотографии и привабили к ним не менее откровенные размышления о нас, девушках; Осень – это тренд!; Вдруг это родилось новое «хит-письмо»? Как это классно – не бояться перемен в жизни!* («OOPS!»); *С мужчинами такая же история – обязательно есть кто-то трахнутый молью, от кого ты не можешь отвязаться всю свою жизнь ...* («LQ»); *В этом номере найди б гламурных причесок (стр. 82) и сделай одну из них сама; Предстаньте перед ним в сексуальном и ярком образе гламурной дивы 1920-х или 1940-х годов...* («Joy»);

эвфемизмов: *Но про то, что лето - идеальное время явить миру все свои достоинства, кроме ума, ты и сама знаешь. А тебе, уверенны, есть что предъявить миру, кроме всех своих достоинств* («LQ»);

вульгаризмов: *В ходе оформления материала о голландских учителях младших классов выяснилось, что, во-первых, ты на автомате помнишь, как правильно вывести слово «ж..па», не отрывая руки...; - Непонятно, он вообще кто?.. - Мудак? - Прекрасная версия. - Козел? – Записала; Можешь считать нас идиотками, но вот прямо сейчас в мире нет ничего прекрасней надувных шариков с гелием* («LQ»);

фразеологизмов: *Любовь к женатому. Тема, затертая до дыр. И если уж так случилось, что вы стали частью классического любовного треугольника, то наша статья «Люблю чужого мужа» (с. 72) поможет вам взглянуть на ситуацию со стороны* («Единственная»);

афоризмов: *«Страшно не то, что мы уже взрослые, а то, что взрослые – это мы». Справедливость этой мысли Линор Горалик очевидна* («LQ»); *Каким бы холодным и дождливым ни был ноябрь, для меня он отныне и навсегда – сладкий! Конечно, во многом благодаря волшебной картине Пэта О• Коннора «Сладкий ноябрь». Слоган фильма в буквальном переводе звучит так: «Ей нужен был всего месяц, чтобы изменить его жизнь навсегда!»* («Любимая»); *«В любви мелочей не бывает, все высшего смысла полно...». Мне с юности нравились эти строки Василия Федорова, а вспомнились они по поводу одной истории любви и разлуки, рассказанной случайно знакомой* («Единственная»); ... *только борщ вкуснее вчерашний, а мужчины должны быть свежими* («LQ»);

б) грамматических средств:

императива: *Берегите подруг, цените друзей и себя!* («Натали»); *Переключайтесь! Например, примите смелое решение и купите машину – как минимум на полгода новое увлечение гарантировано!* («Единственная»); *В дождливый день побалуйте себя и своих близких вкуснейшими шоколадными десертами* («Любимая»); ... *побросай в чемодан яркие пестрые одежки и отправляйся с любимым в путешествие в теплые края!* («Joy»); *Просто возьми такой шарик, вдохни из него, почитай вслух этот текст и сама все поймешь* («LQ»); *Просто переворачивай страницу и начинай читать!; Чем себя занять и куда поехать? Думай!* («OOPS!»);

парцелляции: *Пусть в вашей жизни будет побольше приятных мелочей. И мужчина. Один-единственный, который вдохновляет...* («Единственная»); *Закрой глаза и представь себе, как ты хотела бы выглядеть. В подробностях* («OOPS!»);

вставных конструкций: *Сентябрьский выпуск «Любимой» предлагает вам посетить уроки кулинарии (мы научим вас готовить потрясающие блюда из винограда), косметологии (вы узнаете о самых любопытных ноу-хау в области ухода за собой), сексологии (мы расскажем вам, чего категорически не прием-*

люют мужчины в сексе и почему) («Любимая»); Если готовы присоединиться, давайте попробуем морскую диету (три ее варианта найдете на стр. 102) («Единственная»); Мы, кстати, специально для тебя провели разведку, чтобы предложить варианты самостоятельного отдыха (без родителей!) на разный вкус и кошелек – подробности ищи в рубрике «Путешествие»; А модно находить поводы для радости, преодолеть разочарования (как именно, мы тебе расскажем на стр. 34) («OOPS!»);

риторического вопроса: Как не потерять себя в замужестве, пусть даже самом счастливым, но поощающем силы, время и душу женщины? Как быть идеальными родителями, как сберечь взаимную любовь? Как оставаться верной слову «в радости и печали, в болезни и здравии, в богатстве и бедности»? («Натали»); И, может быть, воодушевившись ее [певицы Гвен Стефани] примером, и ты достигнешь вершин в чем-нибудь своем, неповторимом? («OOPS!»);

в) стилистических приемов:

антитезы: Каким бы холодным и дождливым ни был ноябрь, для меня он отныне и навсегда – сладкий!; Добавьте цветные акценты в собственный гардероб и не забудьте о приятных сердцу мелочах и аксессуарах – и хмурый день за окном станет светлее («Любимая»); Наша жизнь должна быть легкой, разноцветной и веселой, как американский бильярд. А у мужчин – коль скоро они так назвались – сложной и напряженной, как русский («LQ»); Хотя слово «на маёвку» начинает безнадежно устаревать и первоначальное его значение стирается с памяти даже тех, кому за... мы все равно любим май и теперь называем этот период праздников майскими каникулами. Да, на самом деле, это настоящие каникулы, а не те несколько красных дат в календаре со всеми предшествующими субботниками и стандартной демонстрацией «шеренги в колонну», а дальше посиделки на берегу Днепра или в переполненном парке («CosmoLady»);

изоколона: Одиночество сердца, одиночество души... ... нужно подружиться с собой и перестать видеть в одиночестве страшную угрозу будущему («Натали»); И вообще: знаешь ли ты, что этой осенью категорически немодно хандрить? Немодно говорить о сезонной депрессии и о проблемах («OOPS!»); Тот безмозглый, тот деревянный, тот гуляет, тот лопухий, а у того толстая попа. Тот – маменькин сыночек, а вон тот – тупоголовый мачо («LQ»);

синонимического повтора (в широком смысле): Пусть для каждой из вас этот ноябрь будет сладким, ярким и теплым! («Любимая»); Этот июньский номер JOY тоже создан для того, чтобы вас развлекать, дарить интересную и полезную информацию и просто создавать вам хорошее настроение! («Joy»);

асиндетона: А после уроков предлагаем поучаствовать в конкурсах – вас ждут необычные сюрпризы! («Любимая»); В общем, главная мысль: осень – это модно («OOPS!»); Мы хотим, чтобы вы все знали: мы очень любим вас! А еще помните: этот 2009 год принесет вам много приятных сюрпризов и новых встреч, ведь звезды на небосклоне будут благоприятствовать вам во всем! («Joy»);

аллюзии: Чтобы домашние задания и невыученные темы не висели над тобой страшным грузом и не лезли из всех щелей с угрозой: «Должо-о-ок!» («OOPS!») (угроза Морского царя из сказки «Василиса Премудрая»); А если повезет, и этот новый образ окажется «твоего цвета и размера» - возможно, ты найдешь себя! (сказка «Винни-Пух и все все все»)(«OOPS!»); А самое яркое, что запомнилось, - меня нарядили, как куклу, вручили большой красивый надувной шар (мечта и счастье каждого советского ребенка), но тут со мной случилось то же, что и с Пятачком из мультфильма про Винни-Пуха... Правда, я не бежала на день рождения к Ослику, просто чья-то подножка оказалась очень «удачной» («CosmoLady»);

графона: У женской дружбы много испытаний, и главное из них – испытание любовью, любовью к мужчине. Настоящей, когда исчезают все, кроме НЕГО, когда один только ЕГО голос заставляет сердце трепетать, и ОН незаметно вытесняет друзей и подруг («Натали»); Затем подбери один из шикарных вечерних нарядов из нашей fashion-story со стр. 94, сделай нежный весенний макияж со стр. 70-81 и смело отправляйся с любимым на бал или вечеринку! («Joy»); Зачеркнуть это «НО» в моей квартире смогла DIVA – мой третий горячо любимый ребенок («DIVA»).

Ряд названных семи параметров дополняет восьмой – невербальное воплощение.

**8. Неязыковое (невербальное) воплощение.** Слово редактора имеет визуальное (фото редактора), иногда графическое (подпись редактора) или интерактивное (e-mail) сопровождение.

Итак, слово редактора может быть рассмотрено как один из жанров женского журнала. Структурирование модели слова редактора, с одной стороны, позволяет рассмотреть «жизненный цикл» конкретного жанра, с другой, - спрогнозировать динамику становления и развития других жанров женского журнала.

### Источники и литература

1. Ким М. Н. Жанры современной журналистики / М. Н. Ким. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004. – 336 с. – (Библиотека профессионального журналиста).
2. Шмелева Т. В. Модель речевого жанра / Т. В. Шмелева // Жанры речи / отв. ред. В.Е. Гольдин, В.В. Дементьев. – Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1997. – С. 91 – 96.
3. Шмелева Т. В. Жанроведение? Генристика? Генология? / Т. В. Шмелева // Антология речевых жанров: повседневная коммуникация. – М.: Лабиринт, 2007. – С. 62 – 67.