

8. Nimchuk, V. V. Pokazhchyk davnih slov'yanskikh filologichnyh terminiv / V. V. Nimchuk // Movoznavstvo na Ukrayini v XIV–XVII st. – K. : Naukova dumka, 1985. – S. 215–222.

9. Ogienko, I. I. Istorichnyiy slovnyk ukrayinskoyi gramatychnoyi terminologiyi z peredmovoyu pro istoriyu rozvytku yiyi / I. I. Ogienko. – K. : Drukarnya I-yi Kyiyivskoyi Druk. spilky, 1908. – 79 s.

10. Regushevskiy, E. S. Slovnyk movoznavchyh terminiv Ivana Franka / E. S. Regushevskiy. – Simferopol : Dolya, 2002. – 118 s.

11. Shpenyuk, I. E. Nauchno-akademicheskyy diskurs kak institutsionalnyiy tip diskursa / I. E. Shpenyuk // Izv. Gomels. gos. un-ta im. F. Skorinyi, 2016. – № 4 (97). – S. 132–137.

О. В. Казими́рова

Витебский государственный университет имени П. М. Машерова, Витебск

ДИСКУРСООБРАЗУЮЩИЕ ПАРАМЕТРЫ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОГО ЖУРНАЛА

Резюме. В настоящее время наблюдается интерес отечественных и зарубежных лингвистов к вопросу изучения дискурсообразующих параметров цифрового журнала. Актуальным в данном контексте, на наш взгляд, представляется выделение системы коммуникативных стратегий, которые выступают в качестве фактора текстообразования и способны объяснить в рамках конкретной рубрики специфические особенности журнальных текстов. Цель работы – выявление жанровых особенностей англоязычного журнала Newsweek, образующих принципы журнальной речи. Анализ выполнен на материале 10 номеров журнала Newsweek за 2019 год, который содержит постоянные рубрики U.S., Business, Tech & Science, Culture, Sports, Health, Opinion, Ndelible. В качестве методов исследования были использованы: метод теоретического анализа, описательный метод, включающий приемы интерпретации, метод обобщения научных фактов. Для объяснения жанровых характеристик журнала выявлены присущие ему дискурсообразующие параметры, отражающие прагматическую установку издания, и мотивирующие реализацию лингвопрагматических особенностей. В частности, выделена система коммуникативных стратегий, которые оказываются той смысловой

доминантой, определяющей структурно-прагматическую организацию медиатекста и механизмы речевого воздействия. Установление стратегий внутри каждой из рубрик (включая подрубрики) основывается на дальнейшей систематизации дискурсообразующих факторов, являющихся неотъемлемой составляющей медиального дискурса.

Ключевые слова: *медийный дискурс, цифровой журнал, рубрика, заголовок, коммуникативная стратегия, прагматическая установка.*

O. V. Kazimirova

Vitebsk State University named after P. M. Masherov, Vitebsk

DISCOURSE PARAMETERS OF THE ENGLISH-LANGUAGE SOCIO-POLITICAL MAGAZINE

Abstract. *Currently, there has been an interest of our linguists and foreign scientists in the problem of studying certain discourse parameters of a digital magazine. In our opinion, the identification of communicative strategies, which act as a factor in text formation and can explain within a particular column the specificity of magazine texts, is relevant in this context. The aim of the article is to identify genre features of the digital English-language socio-political Newsweek magazine, which constitute the pillars of magazine speech. The analysis has been carried out on the material of 10 issues of Newsweek magazine (2019), which contains such regular columns as U.S., Business, Tech & Science, Culture, Sports, Health, Opinion, Ndelible. The methods of theoretical analysis, the descriptive method, including the methods of interpretation, generalization of scientific facts are fundamental to the undertaken research. In order to explain genre mechanisms of the magazine, the discourse parameters, reflecting the pragmatic aim of the edition and motivating the realization of linguopragmatic features, have been revealed. In particular, the system of communicative strategies, which are to be found as the semantic dominant, determining the structural-pragmatic organization of the media text and the mechanisms of persuasive speech, has been identified. The establishment of strategies within each of the columns (including sub-columns) is based on further systematization of discourse factors, which serve as an integral part of media discourse.*

Key words: *media discourse, digital magazine, column, communicative strategy, pragmatic goal.*

За последние десятилетия такое актуальное направление лингвистики, как медиалингвистика глубоко укоренилось в научной сфере, выдвинув на первый план изучение лингвопрагматических аспектов масс медиа. На

современном этапе развития медиатексты, отражающие значимые политические и социальные события, составляют наиболее влиятельный корпус текстов, функционирующий в обществе, и выступают в качестве мощного средства воздействия на общественное сознание.

Одним из наиболее востребованных средств массовой коммуникации является журнал, который играет важную роль в поддержании ценностных ориентиров культуры своей аудитории (R. Terry Ellmore, 1992; Дж. Маккей, 2008). Развитие цифровых технологий, социальных сетей, а также интерес к мультимедийному контенту обязывают журнал развиваться на цифровых платформах. Поэтому с позиции медийных параметров журнал характеризуется высокой степенью *гипертекстуальности* (присутствие гиперссылок в сообщениях и комментариях), *интерактивности* (реципиент имеет возможность написать комментарий, пройти по гиперссылке и др.), *мультимедийности* (взаимодействие вербальных и невербальных средств коммуникации).

Объектом нашего исследования выступает цифровой англоязычный общественно-политический журнал *Newsweek*, который занимает лидирующее положение среди еженедельных журналов и содержит в себе тексты, рассматривающие вопросы общественно-политического, социального характера (M. R. Prior-Miller, 1995). Как речевой жанр, журнал представляет собой гипержанр (макрожанр), включающий комплекс разнородных жанров, связанных целевым единством (В. В. Деметьев, 1998; К. Ф. Седов, 2001), благодаря чему его правомерно трактовать как многоуровневый феномен.

Цель работы заключается в выявлении жанровых особенностей англоязычного журнала *Newsweek*, образующих принципы журнальной речи. Очевидно, что для объяснения лингвопрагматических механизмов исследуемого типа журнала следует выявить присущие данному журналу дискурсообразующие параметры, отражающие прагматическую установку издания, и мотивирующие реализацию лингвопрагматических особенностей.

Актуальным в данном контексте, на наш взгляд, представляется выделение системы коммуникативных стратегий, выступающих в качестве

фактора текстообразования, которые способны объяснить в пределах конкретной рубрики специфические особенности журнальных текстов, создаваемых в процессе виртуальной коммуникации. Анализ выполнен на материале 10 номеров журнала за 2019 год, содержащего постоянные рубрики *U.S., Business, Tech & Science, Culture, Sports, Health, Opinion, Ndelible*. В качестве образцов выступают заглавия, помещенные на журнальную полосу в рамках той или иной рубрики, поскольку они представляют собой значимый, полноправный элемент текстовой публикации и зачастую отражают концепцию издания в целом.

В результате анализа фактического материала выявлена глобальная коммуникативная стратегия *информирования*, которая актуализируется в медиареальности журнала посредством частных стратегий *объективизации, субъективизации, манипулирования и убеждения*. Рассмотрим функционирование выделенных стратегий более подробно. Итак, в журнале *Newsweek* глобальная стратегия ***информирования*** выражается в сообщении новых сведений о событиях, связанных с положением дел в США и за ее пределами. Указанная стратегия направлена на формирование у адресата информационной картины о явлениях в экономике, политике, социальной жизни, спорте, культуре. Поясним, что коммуникативная стратегия информирования эксплицируется в каждой рубрике журнала, однако ее доминирующее положение, в первую очередь, репрезентировано в разделах *U.S.* («США»), *Business* («Бизнес»), в которых содержатся новостные обзоры, общественно-экономические статьи, анализ рынков и др.

Каждый номер журнала начинается с новостной рубрики *U.S.*, в которой публикуются срочные новости и актуальные обзоры событий, произошедших в США: *Stacey Abrams: Democrats Don't Have Too Many Candidates* («Стейси Абрамс: у демократов слишком мало кандидатов»), *Students at a Texas University Host Block Out Hate Rally* («Студенты Техасского университета проводят митинг ненависти»), *Florida Set to Reverse Trend Toward Gun Control* («Флорида намерена изменить тенденцию к контролю над оружием»).

В рубрике *Business* обычно содержится сопровождаемый видеороликами жанр «мини-обозрение», который представляет собой фактологическую заметку, описывающую одно событие (или совокупность событий) в сфере бизнеса, финансовых новостей, внешнеэкономической деятельности: Wall Street Legend Issues Urgent Allert: Invest In These Companies Now («Легенда Уолл-стрит срочно предупреждает: немедленно инвестируйте в эти компании»), Are Internships Really Important? («Действительно ли стажировки настолько важны?»).

Частная стратегия **объективизации** служит для представления собственно фактологической информации и действительности (диктум сообщения). Указанная стратегия в высшей степени проявляется в таких разделах как *Tech & Science* и *Sports*. События, как правило, излагаются во временной и логической последовательности с адекватным отображением эмпирических фактов действительности. Следует отметить, что диктальная информация в медиатекстах включает умеренно книжную лексику при опоре на средства информационного синтаксиса: Will David Beckham's MLS Team Have to Change Name? («Должна ли команда Дэвида Бекхэма в объединенной футбольной лиге сменить имя?»), Lonzo Ball Set to Miss at Least Another Two Games («Лонзо Болл пропустит как минимум еще две игры»), How NASA is Preparing to Defend Earth From Asteroids («Как НАСА готовится защитить Землю от астероидов»).

Публикации в рубрике *Tech & Science* ориентированы на обзор вопросов, связанных с технологической модернизацией и разработкой новых научных исследований, инноваций: Scientists Discover Comet Fragments Inside a Meteorite From a Primordial Asteroid («Ученые обнаруживают фрагмент кометы внутри метеорита из первичного астероида»), Airborne Microplastics Pollute Remotest Parts of Earth («Переносимый по воздуху микропластик загрязняет самые отдаленные участки земли»), NASA Confirms Global Warming Trends («НАСА подтверждает тенденции глобального потепления).

Раздел *Sports* посвящен проблемам здорового образа жизни и спорта в их взаимодействии с политикой, экономикой, медициной, психологией,

биологией и т.д. Здесь освещаются те или иные спортивные события, опыт организации физкультурно-оздоровительной и спортивной работы, ход и итоги международных соревнований, публикуются материалы о выдающихся спортсменах и тренерах, спортивных коллективах: Trump Congratulates Tiger Woods On Masters Win («Траммп поздравляет Тайгера Вудса с мастерской победой»), Los Angeles Lakers Part Ways With Walton («Лос-Анджелес Лейкерс расстается с форвардом Уолтоном»), Formula One 2019 Season Gets Underway in Melbourne («Сезон Формулы-1 2019 года стартует в Мельбурне»).

Частная стратегия *субъективизации* ориентирована на выражение личностного отношения говорящего к тому, о чем идет речь. В этой связи необходимо подчеркнуть, что стратегии субъективизации и объективизации не являются взаимоисключающими – напротив, они обогащают друг друга. Превалирование той или иной стратегии в медиатексте свидетельствует о степени выраженности «я» говорящего. Так, в разделе *Opinion* («Мнение»), главным образом, преобладает стратегия *субъективизации*, поскольку в нем отражены взгляды ведущих колумнистов и их оценка на определенную полемическую проблему. Характерно, что уже в самом заглавии происходит воплощение речевого замысла адресанта: We Need a Global Right to Privacy in Public Spaces («Нам необходимо глобальное право на неприкосновенность частной жизни в общественных местах»), The Real Threat Facing Europe isn't Russian Troops – It's Oligarchs («Реальную угрозу для Европы представляют не российские войска, а олигархи»), Hitler Was Incompetent and Lazy – and His Government an Absolute Clown Show («Гитлер был некомпетентен и ленив, а его правительство – явное шоу Клоунов»). Полагаем, что именно в подобных заглавиях анализируемой рубрики обнаруживается экспликация авторской субъективной оценки, которая призвана оказать воздействие на мировоззрение читателя с целью внедрения в его сознание собственной ценностной концепции публициста.

Частная стратегия *манипулирования* в современном цифровом журнале может быть реализована через зрелищность и создание искусственного

соперничества, при этом информационная основа значительно ослабевает. В данном случае рубрика *Ndelible* («Незабываемое») является крайне удобной площадкой для различных манипуляций, где наиболее привлекательные в содержательном плане истории подаются в новом цифровом стиле с помощью графики, позволяющей совместить широкий цветовой охват изображения с яркими фотографиями. Поясним, что «мир» *Ndelible* представляет собой новую вертикаль цифрового стиля, созданную для того, чтобы оставить неизгладимое впечатление на любознательного читателя. Как правило, рубрика освещает сферу моды, культуры, технологий, музыки, фильмов: *Where to Celebrate New Year's* («Где встретить Новый год»), *Hornbill Festival* («Фестиваль птиц-носорогов»), *Fantastic Beasts: The Crimes of Grindelwald* («Фантастические твари: Преступления Грин-де-Вальда»), *French Montana is Working Overtime to Help Change Uganda* («Французская Монтана работает сверхурочно для того, чтобы помочь изменить Уганду»).

Наконец, частной стратегии **убеждения**, целью которой является влияние на принятие решения аудиторией при помощи вербальных и невербальных средств аргументации, отводится первостепенная роль в рубриках *Culture* («Культура») и *Health* («Здоровье»). При этом процедура аргументирования имеет логические, когнитивные и прагматические основания.

Так, тематическая рубрика *Culture* освещает актуальные тенденции в области культуры, культурные события в мире и США, обзоры современного искусства, вопросы культурной политики, процессы управления культурой как отраслью и сферой бизнеса: *Inside Bangladesh: Exploring Old Dhaka* («Внутри Бангладеша: исследование Старой Дакки»), *Faith Ringgold Opens Powerful Retrospective in London* («Фэйт Рингголд открывает мощную выставку работ в Лондоне»), *10 Great New(ish) Museums in the World You Can't Miss* («10 новых великих музеев мира, которые нельзя не посетить»).

Рубрика *Health* представляет разнообразные публикации на тему здравоохранения. В рамках рубрики обсуждаются вопросы медицины,

новейшие научные открытия и достижения, сделанные в этой сфере: Scientists Create AI Algorithm that Deciphers the Meaning of a Baby's Cry («Ученые создают технологию, которая способна расшифровывать крик ребенка»), Georgia, Alabama and Utah Prosecutors Vow Not to Enforce Anti-Abortion Laws («Прокуроры Грузии, Алабамы и Юты обещают не применять законы против абортотв»), Why Do We Yawn? Contagious Yawns Help Cool Down the Brain, Scientists Say («Почему мы зеваем? Ученые утверждают, что заразные зевки помогают успокоиться»).

Следует отметить, что в русле указанных выше рубрик стратегия *убеждения* обладает некоторыми специфическими чертами: во-первых, она предполагает фактологическую аргументацию, подкрепление информации мнениями специалистов и экспертов в области культуры/медицины; во-вторых – аргументы убеждения обращены к различным сторонам личности человека: они оказывают воздействие не только на разум, но и на волю, эмоции реципиента.

Таким образом, можно заключить, что в последнее время предпринимаются достаточно активные попытки со стороны общественно-политического журнала *Newsweek* продвижения собственного цифрового контента посредством разнообразных коммуникативных стратегий, которые оказываются той смысловой доминантой, определяющей структурно-прагматическую организацию медиатекста и механизмы речевого воздействия. Установление всевозможных стратегий внутри каждой из рубрик (включая подрубрики) основывается на дальнейшей систематизации дискурсообразующих факторов, являющихся неотъемлемой составляющей медийного дискурса.

Список литературы

1. Дементьев, В. В. Социопрагматический аспект теории речевых жанров: учеб. пособие / В. В. Дементьев. – Саратов : Изд-во Саратов. пед. ин-та, 1998. – 107 с.

2. Маккей, Дж. Все о журналах / Дж. Маккей. – М. : Университетская книга, 2008. – 342 с.
3. Седов, К. Ф. Жанр и коммуникативная компетенция / К. Ф. Седов // Хорошая речь. – Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2001. – С. 107–117.
4. Ellmore, R. Terry. Mass Media Dictionary / R. Terry Ellmore. – Special edition. – Lincolnwood; M. : National textbook company, 1992. – 668 p.
5. Prior-Miller, M. R. Research Review: Issues in Magazine Typology / M. R. Prior-Miller // The American magazine: Research, Perspectives and prospects / ed. by D. Abrahamson. – Ames : Iowa State univ. press, 1995. – P. 3–23.

References

1. Dement'ev, V. V. Sociopragmaticeskij aspekt teorii rechevyh zhanrov: ucheb. posobie / V. V. Dement'ev. – Saratov : Izd-vo Sarat. ped. in-ta, 1998. – 107 s.
2. Ellmore, R. Terry. Mass Media Dictionary / R. Terry Ellmore. – Special edition. – Lincolnwood; M. : National textbook company, 1992. – 668 p.
3. Makkej, Dzh. Vse o zhurnalah / Dzh. Makkej. – M. : Universitetskaya kniga, 2008. – 342 s.
4. Sedov, K. F. Zhanr i kommunikativnaya kompetenciya / K. F. Sedov // Horoshaya rech. – Saratov : Izd-vo Sarat. un-ta, 2001. – S. 107–117.
5. Prior-Miller, M. R. Research Review: Issues in Magazine Typology / M. R. Prior-Miller // The American magazine: Research, Perspectives and prospects / ed. by D. Abrahamson. – Ames : Iowa State univ. press, 1995. – P. 3–23.

В. Ю. Клейменова

*Российский государственный педагогический университет,
Санкт-Петербург*

ХЕДЖИРОВАНИЕ В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИЙНОЙ КОММУНИКАЦИИ: СТРАТЕГИИ И РЕАЛИЗАЦИЯ

Резюме. Актуальность статьи определяется рассмотрением ранее неотписанного явления, которое характерно для современных англоязычных медийных текстов и может быть названо «иллокутивным парадоксом»: некатегоричные высказывания