

Што тычыцца спорту, то на сённяшні дзень ЗША з'яўляюцца галоўным супернікам Вялікабрытаніі ў спорце. Так, дадзеныя медальнага заліку XXXI летніх Алімпійскіх Гульняў у Рыа-дэ-Жанейра (2016 г.) паказваюць, што ЗША займаюць першы радок у заліку, а Вялікабрытанія – другі. У параўнанні, Беларусь займае саракавы радок.

Таксама ЗША з'яўляюцца адным з асноўных гандлёвых партнёраў Вялікабрытаніі. Па выніках студзеня-жніўня 2018 г. у тавараабароту з Вялікабрытаніі ЗША саступалі толькі Нямеччыне. Іх доля ў агульным тавараабароце Вялікабрытаніі склала 10%. У параўнанні, у 2018 годзе ЗША з'яўляліся дзесятым гандлёвым партнёрам Беларусі, а іх доля ў агульным тавараабароце Рэспублікі Беларусь склала 1%.

Што тычыцца судовай сістэмы ЗША, то яна, будучы незалежнай, захоўвае прававую агульнасць з судовай сістэмай Вялікабрытаніі. Прававыя сістэмы Вялікабрытаніі і яе былых калоній, у тым ліку і ЗША, складаюць англа-амерыканскую прававую сістэму (*the Anglo-American legal system*). У іх аснове ляжыць агульнае права Англіі.

Такім чынам, мы бачым, што лексічнае значэнне моўнай адзінкі *Злучаныя Штаты Амерыкі* істотна адрозніваецца ад прагматычнага значэння дадзенай адзінкі ў дыскурсе СМІ.

На наш погляд, выяўленыя этнакультурныя асаблівасці могуць быць карыснымі пры распрацоўцы тэматычнага плана і вызначэння зместу вучэбнага матэрыялу па вучэбнай дысцыпліне «Мова сродкаў масавай інфармацыі» для спецыяльнасці «Сучасныя замежныя мовы», а таксама пры ўдасканаленні прафесійнай кампетэнцыі спецыялістаў, якія выкладаюць дадзеную дысцыпліну.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. Collins Dictionary. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/united-states-of-america> (дата звароту: 08.04.2019)
2. Encyclopaedia Britannica. URL: <https://www.britannica.com/place/United-States> (дата звароту: 08.04.2019)

О.В. Казмирова (Витебск, Беларусь)

ТЕМАТИЧЕСКАЯ И ЖАНРОВАЯ СТРУКТУРА АНГЛОЯЗЫЧНОГО ЖУРНАЛА КАК ГИПЕРЖАНРА

Статья посвящена вопросам, касающимся функционирования англоязычного общественно-политического журнала, который получил значительное распространение в современном медиапространстве. В частности, рассматривается проблема речеванровой характеристики цифрового журнала, который представлен

в качестве гипержанровой формы, отличающейся единством вербально-визуальной репрезентации содержания и текстового пространства. Уточняется тематическая структура журнала и система базовых жанровых разновидностей в рамках гипержанрового пространства.

Ключевые слова: *цифровой журнал, гипержанр, тематическая структура, жанровая разновидность, мультимедийность, интерактивность, гипертекстуальность.*

В настоящее время одним из наиболее востребованных средств массовой коммуникации является журнал, становясь объектом лингвистического и социокультурного анализа. Выявление жанрово-тематической специфики журнала имеет существенное значение для медиадискурса, поскольку указанный тип издания играет значимую роль в поддержании ценностных ориентиров культуры своей аудитории. Обзор исследовательской литературы в области журналистики показывает, что общественно-политический журнал представляет собой речевое воплощение социального ориентирования адресата в нескольких направлениях: информировании, оценочном диагностировании, а также стимулировании социальной деятельности (см. работы Р. Волсли [1], А.Г. Бочарова [2], А.И. Аكوпова [3], Р.Т. Элмора [4], М.Р. Прайор-Миллер [5], Дж. Маккея [6] и др.). Иными словами, данный тип журнала формирует единое информационное поле и оказывает воздействие на реципиента, реализуя свои основополагающие установки – информирование, анализ и активизацию социального потенциала читателя.

Следует отметить, что за последние годы наблюдаются резкие трансформации в способах подачи материала и представлении его читателю. Электронные технологии в совокупности со средствами массовой информации способствуют появлению новых форматов массмедиа – *цифровых* журналов, выступающих в качестве комплексной структуры, в которой функционируют сложные речевые жанры, объединенные тематическим единством и общей интенциональностью.

В настоящей работе изучается специфика *цифрового* англоязычного *общественно-политического* журнала, предназначенного для широкого круга читателей и отражающего актуальные новости из сферы истории, политики, экономики, права и др.

Установлено, что на современном этапе в англоязычном медийном дискурсе такие журналы как *Time*, *Newsweek*, *U.S. News and World Report* составляют ведущую тройку журнальных выпусков. Характерным элементом содержания выпусков журналов является наличие в каждом номере «гвоздевого» материала (репортажа, статьи, очерка, интервью и т.д.), посвященного обсуждению наиболее острых вопросов общественно-политических или экономических процессов, сопровождающихся видео-

вербальными дополнениями.

В журнале *Time* на реализацию вышеуказанных целей, в первую очередь, направлен раздел *Featured*, где публикуются очерки и статьи. В журнале *Newsweek* на первый план выходит рубрика *Opinion*, которая содержит тексты жанра «комментарий». Журнал *U.S. News and World Report* представлен разделом *Top stories*, в котором освещаются самые актуальные новости и главные мировые события.

Заметим, что в журнале *Time* подаваемая информация комплектуется в соответствии с определенной схемой для того, чтобы реципиент наряду с подаваемой информацией непроизвольно усваивал позицию издателя. Эта система строится на классификации материала по тематике и актуальности. Содержание журнала разбивается на постоянные тематические рубрики, охватывающие все сферы внутренней и международной жизни – от политики и науки до медицины и спорта. Каждый номер журнала начинается с новостной рубрики *Most Recent*, в которой публикуются последние новости из разных стран мира, например: «Trump Warns Venezuela Military to Abandon Maduro» ‘Трамп призывает военных Венесуэлы отказаться от поддержки президента Н. Мадуро’; «China Plans to Turn Hong Kong and Macau into a Silicon Valley Rival» ‘Китай планирует превратить Гонконг и Макао в соперника Силиконовой долины’ (Time, 2019). Далее представлены такие разделы журнала, как *U.S., Politics, World, Tech, Entertainment*. Рубрика *U.S.* содержит информацию всех отраслей и сфер жизнедеятельности США. Раздел *Politics* освещает новости внутренней политики страны. В рубрике *World* говорится о проблемах глобального масштаба. В разделе *Tech* обсуждаются мировые тенденции развития инновационной деятельности, а также новшества технологий. И наконец, *Entertainment* включает подборку новинок и событий в музыке, кино, жизни знаменитостей и т.д.

Вместе с тем, материал в *Time* подается изобретательно: каждая фраза либо слово об определенном событии точно его характеризуют. Следующие заголовки лаконично передают суть излагаемого сообщения: «Why Ending a Friendship Can Be Worse Than a Breakup» ‘Почему прекращение дружбы хуже, чем разрыв отношений’; «Deputy AG Rosenstein Expected to Depart in March, Official Says» ‘Ожидается, что депутат Р. Розенштейн уйдет в отставку в марте’ (Time, 2019).

Newsweek, в значительной степени схожий по содержанию с журналом *Time*, представляет собой один из наиболее известных реакционных общественно-политических обозрений и аналитических материалов о положении дел в США и за рубежом. Он рассчитан на широкие круги читателей и стремится удовлетворить их разнообразные вкусы, предлагая большой выбор материалов на самые различные темы (в журнале имеются

рубрики *U.S., Business, Tech & Science, Culture, Sports, Health, Opinion, Ndelible*). Традиционно *Newsweek* конкурировал с журналом *Time*, однако за годы своего существования приобрел собственный оригинальный стиль и незаурядную подачу информации [7, с. 143]. Так, в журнале имеется раздел *Opinion* 'Мнение', отражающий взгляды ведущих колумнистов и их оценку на определенную полемическую проблему, а также рубрика *Ndelible* («Незабываемое»), где наиболее привлекательные в содержательном плане истории подаются в новом цифровом стиле. Характерно, что в разделе *Opinion* журнальные заголовки зачастую репрезентированы в форме вопроса: «What Would Happen If All the Insects Went Extinct?» 'Что бы произошло, если бы все насекомые вымерли?' (*Newsweek*, 2019); «Are the U.S. and Europe Coming Closer to War on Iran?» 'США и Европа готовятся к войне с Ираном?' (*Newsweek*, 2019). «Can Boycotting Nigeria Poll Bring Biafra Independence?» 'Может ли бойкотирование выборов в Нигерии принести независимость Биафра?' (*Newsweek*, 2019). На наш взгляд, именно в подобных заглавиях в большей степени обнаруживается экспликация авторской оценки, которая, безусловно, вызывает интерес у реципиента.

Что касается журнала *U.S. News and World Report*, то он позиционирует себя как ведущий экономико-политический журнал, ориентированный преимущественно на читателя из деловых кругов, и включающий рубрики *Money, Law Firms, Real Estate, Cars*. Кроме того, журнал включает проблемно-аналитические медиатексты, в которых освещаются социальные механизмы общественного развития (раздел *Civic*), вопросы образовательного характера (рубрика *Education*), актуальные проблемы медицины и новые перспективы (раздел *Health*). Завершающая рубрика *Travel* содержит рассказы об отдыхе, турах в различные страны, новых полученных знаниях, а также анализ лучших туристических предложений. Отличительной чертой журнала является наличие в нем обширных новостных блоков (с исследовательской информацией), которые освещают ключевые события, происходящие в различных странах мира: «China Leads in Online Data Ownership» 'Китай лидирует в сфере владения оперативными данными', «Trump Cancels California's \$1B Train Grant» 'Трамп отменяет грант в размере 1 млрд. долларов, выделенный на строительство железной дороги', «Is Israel Ready for a New Benjamin?» 'Готов ли Израиль избрать нового премьер-министра?' (*U.S. News and World Report*, 2019).

Отмечено, что в пространстве медийного дискурса англоязычный общественно-политический журнал демонстрирует высокое гипертекстовое и мультисемиотическое качество, а также наличие разнотематических публикаций в электронной онлайн-среде. Сказанное позволяет заключить, что англоязычный общественно-политический журнал как речевой жанр представляет собой особый *гипержанр* –

относительно новое понятие речежанроведения, обусловленное необходимостью выявления «сверхсложных» жанровых событий.

Что же следует понимать под гипержанром? По мнению В.В. Дементьева, гипержанром принято называть то жанровое макрообразование, которое интегрирует несколько жанров [8, с. 33]. В свою очередь, К.Ф. Седов уточняет понятие «гипержанр» отмечая, что в общем пространстве жанров гипержанром, или гипержанровой формой служат особые речевые формы (состоящие из ряда жанров), которые сопровождают социально-коммуникативные ситуации [9, с. 113]. Отсюда следует, что гипержанр – это должным образом структурированная система, представляющая собой форму определенного набора иерархически организованных речевых жанров разной природы, каждый из которых независим и имеет свою ценность, однако репрезентирован в рамках конкретного гипержанрового «сценария» и подчинен общей иллокутивной цели [10, с. 19]. Перечислим общие черты цифрового англоязычного журнала, выступающего в качестве гипержанра:

1) статьи и материалы затрагивают общественные, политические интересы и объединяют высококачественную журналистику, качественные фотографии, а также репортажи на актуальные темы из разных точек мира;

2) для журналов характерна регулярность рубрик, которые репрезентированы типичным для всех изданий набором жанровых разновидностей (новостная заметка, комментарий, интервью, очерк, совет и др.). При этом подборка новостей и информационная аналитика проходят через корпус каждого журнала, консолидируя его содержательное пространство;

3) обязательный атрибут рассматриваемых изданий – массивный блок рекламных текстов и видеороликов, отличающихся объемом, четкостью и множеством изобразительных планов;

4) исследуемые журналы, главным образом, отличаются отсутствием единой тематической сферы, предпочтительного предмета сообщения, поэтому их можно обозначить как политематические издания. Иными словами, доминирующая область представлена совокупностью равнозначно значимых по частотности тематик, репрезентированных в зависимости от целого ряда коммуникативных установок;

5) с точки зрения медийных параметров, общественно-политический журнал отличается высокой степенью мультимедийности (соотношение вербально и невербально изображаемой информации), интерактивности (адресату неизменно предлагается написать комментарий или совершить иное коммуникативное действие, пройдя по гиперссылке), гипертекстуальности (наличие гиперссылок в каждом сообщении и комментарии).

Полагаем, что цифровой англоязычный общественно-политический журнал необходимо рассматривать как комплексный жанр, который содержит жанры, реализующие комплекс различных коммуникативных функций. Проведенное исследование позволило выделить типичные речевые жанры, формирующие общественно-политический журнал как гипержанр. Принимая во внимание такие значимые факторы цифрового журнала как интерактивность медийной среды и интенсивность использования мультимедиа, считаем необходимым (опираясь на классификацию Е.И. Горошко и Е.А. Земляковой) подразделить жанры на две основные группы: модифицированные традиционные жанры и жанры, образованные непосредственно в интернет-пространстве [11, с. 234].

К первой группе жанров англоязычного журнала, претерпевшей некоторые изменения, но сохранившей традиционную модель, можно отнести информационные (новости, информационная статья, информационное интервью, объявление, заметка, афиша и др.), аналитические (аналитическая статья, недельные новости, аналитическое интервью, социальная реклама, обзор, комментариев и др.), художественно-публицистические (эссе, очерк), а также манипулятивные жанры (коммерческая реклама, политическая программа, совет, лозунг, слоган). Вторая же группа жанров, ставящая во главу угла коммуникативный фактор, включает всплывающую рекламу, форум журнала (чат), деловые электронные письма, которые, в первую очередь, направлены на общение в виртуальном режиме.

Таким образом, мы приходим к заключению, что англоязычный общественно-политический журнал как гипержанр обладает конститутивными особенностями по всем содержательным компонентам модели жанра. Рассмотрение тематической и жанровой организации журнала, функционирующего в англоязычной лингвокультуре, позволяет не только продолжить изучение гипержанра в рамках различных направлений (лингвопрагматическом, социолингвистическом, психолингвистическом и др.), но и выявить дискурсообразующие признаки того или иного жанра, бытующего в современной медийной коммуникации.

Библиографические ссылки

1. *Wolseley R.* Understanding Magazines. Ames : Iowa State University Press, 1969. 458 p.
2. *Бочаров А.Г.* Основные тенденции типологии современных советских журналов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. 1973. № 3. С. 32–33.
3. *Акопов А.И.* Специальные журналы. Методология. История. Типология: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Киев. гос. ун-т. Киев, 1991. 53 с.

4. *Ellmore R. Terry*. Mass Media Dictionary. Special edition. Lincolnwood. М. : National textbook company, 1992. 668 p.

5. *Prior-Miller M.R.* Research Review: Issues in Magazine Typology // The American magazine: Research, Perspectives and prospects / ed. by D. Abrahamson. Ames : Iowa State univ. press, 1995. P. 3–23.

6. *Маккей Дж.* Все о журналах. М.: Университетская книга, 2008. 342 с.

7. Зарубежная печать: краткий справочник. Газеты. Журналы. Информационные агентства / гл. ред. С.А. Лосев. М. : Политиздат, 1986. 526 с.

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

9. *Седов К.Ф.* Жанр и коммуникативная компетенция // Хорошая речь. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 2001. С. 107–117.

10. *Шарифуллин Б.Я.* Гипержанры и гипержанровые сценарии в речевой коммуникации // Электронный науч.-образоват. журн. ВГСПУ «Грани познания». №1 (28). 2014. С. 18–21.

11. *Горошко Е.И.* Виртуальное жанроведение: становление теоретической парадигмы // Ученые записки Таврич. нац. ун-та им. В.И. Вернадского. Сер. «Филология. Социальные коммуникации». 2011 г. Т. 24 (63), №1. Ч. 1. С. 225–237.

Н.М. Карбалевіч (Мінск, Беларусь)

РОЛЯ РАЗНАСТАЙНЫХ ВІДАЎ ЗВАРОТАЎ У БЕЛАРУСКАЙ ТРАДЫЦЫЙНАЙ КУЛЬТУРЫ (ДРУГАЯ ПАЛОВА XIX – ПАЧАТАК XX СТАГОДДЗЯЎ)

У артыкуле аналізуецца значэнне моўна-культурных адзінак у кантэксце беларускай традыцыйнай культуры, вызначаюцца спецыфічныя віды сацыяльных зваротаў, характэрныя для тых ці іншых форм грамадскіх узаемаадносінаў беларускага сялянства ў другой палове XIX – пачатку XX стагоддзяў. Акцэнтуюцца ўвага на культуру ўзаемаадносінаў у традыцыйным грамадстве як адной з унікальных характарыстык культуры беларускага этнасу.

Ключавыя словы: *грамада, звароты, грамадскія ўзаемаадносіны, традыцыйная культура, таварыства, кумленне.*

Этналогія – адна з найцікавейшых галін навуковых ведаў, адметнасць якой складае выкарыстанне інструментаў разнастайных гуманітарных навук. Асаблівую ролю пры гэтым адыграе мовазнаўства, а найлепшы вынік атрымліваецца пры вывучэнні тых ці іншых моўных адзінак у культурным кантэксце. Культура ўзаемаадносінаў у традыцыйным грамадстве – адна з унікальных характарыстык этнасу; моўныя элементы ілюструюць культурныя з’явы ў выключна насычаным і канцэнтраваным выглядзе.

Пры вывучэнні грамадскай культуры беларускіх сялян, яскравай праявай якой з’яўляецца фальклор, асаблівае значэнне набывае разгляд моўна-