

Крижанівська Г. Т.,  
доцент кафедри іноземних мов для природничих факультетів  
Львівського національного університету імені Івана Франка

## ТЕКСТИ ЖАНРУ «ВЛАСНА ІСТОРІЯ» В СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ ЖІНОЧИХ ЖУРНАЛАХ: ФОРМАЛЬНО-СТРУКТУРНІ ТА МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ

**Анотація.** Статтю присвячено дослідженню формально-структурних і мовних конвенцій такого популярного жанру жіночих журналів, як *власна історія*. Стереотипна репрезентація цього жанру на сторінках жіночих видань виконує роль орієнтира як у їх суб'єктивній побудові, так і в сприйнятті. Проведене дослідження розкриває механізм функціонування та впливу цього жанру на сучасну жіночу аудиторію. У дослідженні використано аналітичну модель жанрового аналізу Дж. Свейлза й функціонально-стилістичний підхід до аналізу мовного матеріалу.

**Ключові слова:** жіночий журнал, жанр, жанрова модель, риторична стратегія.

**Постановка проблеми.** З огляду на зміну системи поглядів на мову із системоцентричної на антропоцентричну, розвиток нових напрямів мовознавства та суміжних наук (прагматика, лінгвокультурологія, соціо- й медіалінгвістика) і практичну потребу ефективного викладання мов, у сучасній мовознавчій науці спостерігаємо щоразу частіше застосування жанрового підходу до аналізу мовного матеріалу в різних комунікативних і соціальних контекстах (див., наприклад, [1; 2; 3]). Особлива увага науковців зосереджена на дослідженні мови сучасних засобів масової комунікації, про що свідчить виникнення в межах сучасної мовознавчої науки такого напрямку, як медіалінгвістика [4], а сучасний підхід до структурування медіатекстів супроводжується особливою методологією їх аналізу [3].

Система жанрів сучасних мас-медіа постає як потужний механізм, спрямований на ефективне спілкування з їх аудиторією та пропагування певних ідей і культури, що спонукає до постійного пошуку нових ефективних способів взаємодії зі своєю аудиторією. Важлива роль у цьому процесі належить жіночим журналам. Численні наукові розвідки свідчать, що жіночі видання є потужними інструментами в підтримці та утвердженні гендерної ідеології [5], а їх популярність робить їх вагомим засобом впливу на формування уподобань, світогляду й естетичних смаків сучасної жіночої аудиторії.

З часу свого виникнення жіночі видання послугують жанровими формами, які постулюють активну співпрацю зі своїми читачками: лист редактора, лист у редакцію, власна історія, різні види інтерв'ю тощо [6, с. 98–100]. Різноманітні форми звернень зі сторінок цих часописів спрямовані на залучення читачів у процес взаємодії. Завдяки цьому процесу в читачок формується відчуття належності до однієї спільноти через відображення інтересів, пропагування ідей, цінностей і способів вирішення актуальних проблем.

Цікавим у цьому аспекті видаються тексти такого поширеного на сторінках жіночих часописів жанру, як «власна історія». В основі жанру лежить коротка розповідь жінки про власний досвід у вирішенні важливої для читачької аудиторії проблеми.

Тематика текстів цього жанру є різноманітною. Відображаючи ті чи інші інтереси жіноцтва, вона слугує об'єднувальним осередком для формування аудиторії видання. Прагматика жанру передбачає формування в аудиторії відчуття спільноти через акцентуацію спільної проблеми та конструювання чітких норм поведінки й оцінювання ситуації. Стиль викладу характеризується невимушеною манерою та налаштовує на довірливі й приятельські взаємини в ситуації жанру.

Жінка та її зовнішній вигляд – тема, якій присвячені чи не всі жіночі видання: журнали як про моду та світське життя, так і про кар'єру, сім'ю та здоров'я. Інтерес жіноцтва до свого зовнішнього вигляду призвів до появи таких видань, як *Fitness, Shape, Fitbody, Woman's Health, Health & Fitness* тощо.

**Мета статті** – дослідити жанрову структуру, мовні особливості та прагматику текстів такого популярного жанру жіночих журналів, як «власна історія». Дослідження ґрунтується на 40 текстах цього жанру з таких журналів, як *Woman's Health, Shape, Fit* та *Health and Fitness*, за 2017–2018 роки. Вибір журналів зумовлений загальною увагою суспільства до найрізноманітніших вікових фітнес-програм, дієт і правил здорового способу життя, а також особистою зацікавленістю дослідника у відповіді, яку пропагують сучасні англійські жіночі видання, на це актуальне для жіноцтва питання.

**Виклад основного матеріалу.** Для початку коротко зупинимось на розумінні категорії «жанр» у дослідженні. Незважаючи на різноманітні підходи: жанр як соціально стандартизована реакція на повторюваний тип риторичної ситуації в межах певного дискурсу [7], як цілеспрямований повторюваний процес [8]; як комунікативна подія в межах певної дискурсивної спільноти [9], спільним для них є визнання соціокомунікативної та функціональної зумовленості жанрів, яка визначає структуру їх текстів, вибір вербальних і невербальних риторичних стратегій. Завданням жанрового підходу до аналізу мовного матеріалу є не лише визначення взаємозв'язку форми й функції текстів певного жанру, а й розуміння когнітивного структурування інформації, адже специфічна структура текстів одного жанру впливає з типового для членів комунікативної спільноти способу передавати інформацію.

З метою виявити формальні та лінгвістичні особливості текстів жанру «власна історія» в сучасних жіночих журналах використовуємо аналітичну модель Дж. Свейлза [9], яка базується на типових риторичних кроках і стратегіях їх реалізації. Крок – це семантична та функціональна одиниця тексту, яку можна виокремити завдяки її комунікативній меті й мовним особливостям. Кроки реалізуються крізь певні риторичні стратегії організації їх змісту (ходи, за термінологією Дж. Свейлза [9]).

Як показав аналіз вибірки, текстова структура жанру «власна історія» складається з таких елементів, як назва рубрики, заголовок, лід та основна частина, а його формальна структура включає вісім послідовних кроків реалізації його комунікативної мети – повідомити про певне вирішення актуальної для жіноцтва проблеми на прикладі досвіду конкретної жінки. Співвідношення текстової та формальної структур власних історій показано в таблиці 1.

Як видно з таблиці, жанрова модель текстів «власна історія» реалізується у вісім кроків, які логічно співвідносяться з їх текстовою структурою. Назва рубрики та заголовок тексту становлять перший крок формальної структури цього жанру. Другий крок – це коротка інформація про особисті дані жінки, яка розповідає свою історію; він іде під заголовком перед основним змістом розповіді у вигляді ліду. Основний текст розповіді включає шість послідовних кроків, що мають конкретні риторичні стратегії своєї організації. Кількісні дані аналізу свідчать про можливе поєднання кількох риторичних стратегій у межах одного кроку. Повторюваність формальної структури жанру свідчить про його жорстку заданість, яка формує в читачів певні очікування. Детальний аналіз кожного елемента жанрової моделі дасть змогу зрозуміти соціокогнітивну сутність цього жанру як ефективного механізму формування та пропагування ідеології жіночих видань.

Перший крок у жанровій моделі спрямований привернути увагу й зорієнтувати стосовно теми комунікативної ситуації. Він сприяє виокремленню жанру з-поміж різноманіття текстів інших жанрів на сторінках журналу. Риторика цього елемента жанрової моделі ґрунтується на взаємозв'язку вербального та невербального аспектів оформлення його тексту: шрифт, його розмір, колір і фотографії. Великі літери назви рубрики: *Weight loss success stories* [12], *You lose you win* [13], і заголовків текстів: *Finding her healthy weight made her happy* [12], *Eating healthy for good* [13], *I never knew I could love my body* [14] – привертають вагу. Асоціативне поле іменникової чи дієслівної конструкцій рубрик і заголовків орієнтує щодо теми та варіантів її розгор-

тання. Викликаючи у свідомості читачок низку асоціацій, ці конструкції апелюють до інтересів читачької аудиторії й формують відчуття спільного досвіду та належності до однієї спільноти.

Наступний крок у жанровій моделі «власна історія» вводить особисту інформацію про жінку, яка ділиться своїм досвідом. Він іде відразу під заголовком у вигляді ліду: *Getting married made Jennifer Lilley want to start her new life with a new body* [14], або коротких особистих відомостей: *Jill Schieren, 21, Yardley PA, College student* [15]. Риторика цього кроку спрямована представити соціальний дейксіс [10:99] цієї жінки й, отже, сформувати в читачок відчуття єдності з нею. У наведених вище прикладах, представлення жінки як одруженої чи студентки зменшує її дистанцію з читачками, які одружені чи навчаються, й орієнтує на коло можливих проблем, із якими вони могли зіткнутися, що налаштовує на їхній когнітивно-психологічний унісон (термін А. Белової [11, с. 95]). Це скорочує дистанцію між сторонами, імплікує їхні приятельські взаємини.

Третій крок у жанровій моделі досліджуваних текстів співвідноситься з початком основного тексту розповіді й вводить інформацію про попередній досвід жінки стосовно проблеми, що реалізується в таких риторичних стратегіях, як повідомлення про звички та невдачі: *I was so focused on school that I didn't care what I ate or if I worked out... Fried food and sweets became both a stress reliever and a reward* [13]; *Crushed by the pressure of running a day-care business and working weekends as a nurse's aide – not to mention being the mother of four kids – I soothed myself with plates of meatloaf and smashed potatoes* [14]. Повідомлення про звички апелює до спільної з читачками реальності, формуючи в них відчуття належності до однієї спільноти. Риторика цього кроку спрямована викликати в читачів емоції співпереживання та співчуття. Іменники, які називають важливі аспекти життя сучасної жінки, – *school, business, kids*, у контексті цього кроку отримали негативну оцінку, тоді як звички нездорового харчування – *fried food and sweets, plates of meatloaf and smashed potatoes* – характеризуються такими позитивно забарвленими словами, як *stress reliever, reward, sooth*, що не узгоджується

Таблиця 1

Співвідношення текстової та формальної структур жанру «власна історія»

Текстова структура	Жанрова структура	Рекурентність (%)
Назва рубрики	<b>Крок 1.</b> Повідомлення про тему	100%
Заголовок		
Лід	<b>Крок 2.</b> Особиста інформація	100%
Основний текст	<b>Крок 3.</b> Попередній досвід:	100%
	<i>Звички</i>	46%
	<i>Невдачі</i>	37%
	<i>Інше</i>	17%
	<b>Крок 4.</b> Причини, що спонукали до дії:	100%
	<i>Зовнішній вигляд</i>	43%
	<i>Проблеми зі здоров'ям</i>	23%
	<i>Вимоги праці</i>	21%
	<i>Думка/оцінка людей</i>	11%
	<b>Крок 5.</b> Вирішення проблеми	100%
	<i>Фізичні вправи</i>	38%
	<i>Зміна режиму харчування</i>	42%
	<i>Підтримка близьких людей</i>	20%
	<b>Крок 6.</b> Труднощі	100%
	<b>Крок 7.</b> Досягнення	100%
	<i>Утрата ваги</i>	40%
<i>Покращення здоров'я</i>	31%	
<i>Покращення настрою та самопочуття</i>	62%	
<i>Вища самооцінка</i>	45%	
<i>Відгуки близьких людей</i>	16%	
<b>Крок 8.</b> Мотивування та заохочення	100%	

з усталеною шкалою цінностей, бентежить і викликає відповідні емоції, а отже, залучає до комунікативної ситуації жанру.

Наступним, четвертим, кроком у риторичній структурі жанру є повідомлення про причини, які спонукали до зміни усталеної ситуації: зовнішній вигляд, проблеми зі здоров'ям, вимоги праці тощо. Характерними для цього кроку є емфатичні конструкції типу *it was the first/last time, it was then, it wasn't until, etc.* і дієслова розумової діяльності: *realize, understood, consider, decide, etc.* Наприклад, *It was then when I realized I was nowhere where I needed to be. I had to change, or else I wouldn't make it* [14]; *It wasn't until April 2017, at my cousin's wedding, that my boyfriend and I both saw ourselves in full-length pictures* [15]. Вони акцентують на факторі, який є важливим, ключовим у житті жінки, заради якого вона готова радикально змінити себе, свої звички, ставлення тощо. Дієслова розумової діяльності позиціонують жінку як розумну, свідому своїх потреб і готову приймати рішення щодо їх задоволення. Відчуття спільноти й емоційне співпереживання, які супроводжують читачок, спонукають їх погодитися із запропонованим трактуванням ситуації. Так відбувається закріплення вже наявних чи конструюваних нових цінностей аудиторії.

П'ятий елемент функціональної структури жанру повідомляє про конкретний намір жінки стосовно вирішення проблеми: фізичні вправи, зміна режиму харчування, підтримка близьких тощо: *I made a pact that I would start eating better and working out once and for all. I learned cooking WW-friendly meals ...* [15]; *I started doing regular cardio and strength-training workouts . I joined a different gym* [12]. Лінгвістичними маркерами цього кроку є синтаксичні структури з предикативними центрами, семантика яких відображає зміну дії, стану чи досвіду: *make, start, learn, join etc.* Вони отримують позитивне забарвлення в цьому контексті, оскільки вводять інформацію про спробу змінити неприйнятну для жінки ситуацію, а отже, характеризують її як активну та рішучу, а її дії як логічні та справедливі.

Шостим кроком у функціональній структурі жанру є повідомлення про труднощі, які виникають у жінки на шляху до досягнення цілі: *I was overweight, extremely anxious and depressed, and I had no idea how I was going to pull myself out of this hole. Will I manage? Is it possible* [12]? Емоційна забарвленість цього кроку реалізується у використанні емоційно забарвлених слів і риторичних конструкцій, що сприяють неперервному залученню читачів до емоційної взаємодії із жінкою, яка розповідає свою історію, формуючи атмосферу співучасті.

Сьомий крок у функціональній структурі жанру – це повідомлення про результати, яких досягнула жінка на шляху до своєї цілі: покращення зовнішнього вигляду, здоров'я, настрою, самопочуття, самооцінки тощо: *The feeling of accomplishment didn't sink in until I was on my way back down. And I thought that however busy and hard life gets, I am a strong, brave, and independent woman* [13]; *Best of all, I've been weaned off the antidepressants* [14]. Виклад інформації характеризується позитивним настроєм через використання лексичних одиниць експліцитної меліоративної оцінки: *accomplishment, strong, brave, independent, best*, які в сукупності конструюють певний образ сучасної жінки.

Цікавим моментом дослідження стало порівняння запланованого та досягнутого жінкою результату. Як показав аналіз фактичного матеріалу, основною метою всіх жінок (у 100% текстів «власна історія») було зменшити (з різни причин) свою

вагу й кожна пропонувала власне вирішення проблеми (див. п'ятий крок жанрової структури). Проте лише в 16 із 40 проаналізованих текстів повідомляється про втрату ваги як досягнення. У решті випадках відбувається переорієнтація цінностей із кілограмів на комфорт, який відчуває жінка у власному «тілі з його кілограмами»: *I must admit that my weight didn't drop to the desired point but I became more social and happy and my family appreciated the change in my personality* [14]; *I love all of the new found energy. I can't sit and watch a movie anymore because I just want to be out and about exploring* [15]. Як видно з прикладів, кожна по-своєму досягає відчуття комфорту: через різноманітні фізичні вправи, зміни в способі харчування, звичках, середовищі життя тощо. Об'єднувальним осередком для цих різних видів діяльності є активна позиція жінки, її готовність до дій і змін у житті, що стає запорукою її настрою, самопочуття й самооцінки. Отже, видається, що жіночі видання намагаються дещо переосмислити донедавна пропаговані норми зовнішнього вигляду й не так наполегливо акцентують на образі спокусливої та розкішної, а вводять новий – щасливої та здорової жінки.

Завершальним, восьмим, кроком у структурі текстів цього жанру є інформація заохочувального, мотивувального характеру: *If I could give advice to other women trying to lose fat, it would be to just keep going. You will have days where you feel like you can't go on. You will have a stressful day or week or month. It is a long journey, and it is beautiful and hard and transforming – in every way possible* [15]; *We should speak about these issues and support each other and appreciate everything we don't get for granted* [12], що реалізується кризь використання спонукальних конструкцій і займенників *you, we, us*. Такий виклад спонукає до конкретних дій, а звернення через *you* стосовно читача імпіє міжособистісні стосунки, в яких *I* (жінка, яка розповідає свою історію) звертається до *you* (читача журналу). Такий спосіб взаємодії скорочує дистанцію між учасниками комунікативної ситуації, імпіє їхні приятельські взаємини. Подібну функцію виконують займенники *we, us*. Вони, включаючи читача в простір своєї референційної семантики, задають відчуття спільноти зі спільними цінностями та пріоритетами. Риторика цього кроку полягає в заохоченні наслідувати дії жінок, які поділилися власним досвідом щодо вирішення проблеми, а отже, пропагує чіткі норми поведінки для наслідування.

**Висновки.** Отже, як показало дослідження, тексти жанру «власна історія» розгортаються відповідно до чіткої моделі. Характерною особливістю цієї моделі є наявність експліцитно ідентифікованих функціонально-семантичних кроків, під впливом яких в аудиторії формується належне розуміння та оцінка ситуації, необхідні для підтримки усталених чи утвердження нових цінностей. Проведене дослідження розкриває механізм функціонування і впливу цього жанру й може бути корисним як для медіаекології, значення якої дедалі більше усвідомлюється сучасним суспільством, так і в процесі викладання і тренування навиків писемного мовлення. Перспективними видаються дослідження інших жанрів медіадискурсу, а також порівняльні розвідки дискурсу жіночих і чоловічих журналів.

#### Література:

1. Черниш О.А. Структурна та лінгвістична організація текстів жанру лист редактора англомовного популярного жіночого журналу як прояв індивідуально-авторського стилю редактора. *Science and Education a new Dimension. Philology*. 2014. № II (5). Р. 89–92.
2. Яхонтова Т.В. Наукові жанри як комунікативно-когнітивні утворення. *Ученые записки Таврического национального университета*

та ім. В. І. Вернадського. Серія «Філологія». 2005. Том 18 (57). № 1. С. 177–180.

3. White P.R. Media objectivity and the rhetoric of news story structure. *Discourse and Community doing functional Linguistics. Language in Performance*. 2000. № 21. P. 379–397.
  4. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь). Москва: Флинта: Наука, 2008. 264 с.
  5. Ferguson M. *Forever Feminine: Women's Magazines and the Cult of Femininity*. London: Heinemann, 1983. 243.
  6. Shevelov K. *Women and Print Culture: The construction of Femininity in the Early Periodicals*. London: Routledge, 1989. 235 p.
  7. Miller C. "Genre as social action". *Genre and the New Rhetoric*. Bristol: Taylor and Francis, 1994. P. 23–42.
  8. Martin J. *Factual Writing: Exploring and Challenging Social Reality*. Geelong, Vic.: Deakin University Press, 1985. 340 p.
  9. Swales J. *Research Genres: Exploration and Application*. New York, NY: Cambridge University Press, 2004. 189 p.
  10. Levinson S.C. Deixis and pragmatic. *The Handbook of Pragmatics*. Oxford: Blackwell, 2004. P. 97–121.
  11. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации. Киев: Астрея, 1997. 310 с.
- Джерела ілюстративного матеріалу:*
12. Finding her healthy weight made her happy. *Fit* October 2018. URL: <http://read-magazines.com/brand/fit>.
  13. Eating healthy for good. *Shape* June 2018. URL: <http://read-magazines.com/brand/shape>.
  14. Amazing body! *Fitness* August 2017. URL: <http://read-magazines.com/brand/fitness>.
  15. I never knew I could love my body. *Woman's health* May 2018. URL: <http://read-magazines.com/brand/woman's health>.

### Крыжанивская Г. Т. Тексты жанра «собственная история» в современных англоязычных женских журналах

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию формально-структурных и языковых конвенций такого ключевого жанра женских журналов, як *собственная история*. Стереотипная репрезентация этого жанра на страницах женских изданий исполняет роль ориентира как в их субъективном построении, так и в восприятии. Проведенное исследование раскрывает механизм функционирования и влияния этого жанра на современную женскую аудиторию. В исследовании использованы аналитическая модель жанрового анализа Дж. Свейлза и функционально-стилистический подход к анализу языкового материала.

**Ключевые слова:** женский журнал, жанр, жанровая модель, риторическая стратегия.

### Kryzhanivska H. Personal stories in modern women's magazines: generic approach

**Summary.** This paper focuses on the genre analysis of *personal story*, the genre endemic in modern women's magazines. The study identifies the generic structure of this genre, reveals its rhetorical strategies and the key linguistic features of their implementation. The results of the analysis demonstrate a certain recurrent scheme of this genre that functions as a stereotypical model for both, constructing and interpreting its texts. The scheme performs a role of a powerful mechanism in transmitting the information from the magazine to the reader. The study is theoretically framed by Swales genre analysis and functional approach to language.

**Key words:** woman's magazine, genre, schematic structure, rhetorical strategy.