

# ФІЛОЛОГІЯ

## МОВАЗНАЇСТВА

УДК 81'37:82–92=111

UDC 81'37:82–92=111

### АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ ЖУРНАЛ КАК СЕМАНТИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ

### THE ENGLISH MAGAZINE AS A SEMANTIC OBJECT

**О. В. Казими́рова,**

*кандидат филологических наук, доцент  
кафедры германской филологии  
ВГУ имени П. М. Машерова*

**O. Kazimirova,**

*PhD in Philology, Associate Professor of  
the Department of Germanic Philology,  
VSU named after P. Masherov*

Поступила в редакцию 06.07.18.

Received on 06.07.18.

В статье рассматривается специфика терминологической репрезентации понятия «журнал» в русской и англоязычной публицистике, исследуется современный общественно-политический журнал как семантический объект. Анализ показывает, что с одной стороны, составляющие журнала неоднородны, с другой – журнальные тексты объединены по сходству и подобию. Далее выявляются компоненты содержания (значение журнала, смысл) и признаки журнала (оппозиция «журнал – читатель», дискретный пространственно-временной континуум). При изучении журнального выпуска определяется набор релевантных факторов, формирующих его семантическое пространство, а именно, типизированное отражение действительности, процессы вербализации коммуникативного намерения и создания сообщения, код, адресант, адресат и др.

*Ключевые слова:* массовая коммуникация, печатные СМИ, англоязычный журнал, семантический объект, семантическое пространство, восприятие, понимание.

The article deals with the terminological specificity of the concept 'magazine' in Russian and English journalism, the modern social and political magazine is investigated as a semantic object. The analysis shows that, on the one hand, the components of the magazine are heterogeneous, on the other hand – texts in the magazine are combined according to similarity and conformity. Then the components of the content (meaning, sense) and characteristics of the magazine ('magazine – reader' opposition, discrete space-time continuum) are revealed. When examining the magazine issue, a set of relevant factors forming its semantic space is defined, namely, a typified reflection of reality, the processes of verbalization of communicative intention and the creation of a message, code, addresser, addressee etc.

*Keywords:* mass communication, printed media, English magazine, semantic object, semantic space, perception, cognition.

На современном этапе развития науки средства массовой коммуникации, рассматриваемые в качестве языково-коммуникативной области, служат не только достоверным источником для лингвистического анализа, но и объектом междисциплинарного исследования. В числе лидеров среди печатных субъектов массовой информации уверенную позицию занимает журнал, который влияет на общественное мнение и формирует его в соответствии с интересами определенных социальных классов и организаций. Специфика журнальной словесности заключается в том, что данное средство СМИ способно более

других аккумулировать разнородные функционально-стилевые приемы в текстах разнообразных медийных жанров.

В поле наших исследовательских интересов находится **англоязычный** общественно-политический журнал, который отличается широкой целевой направленностью, ориентацией на аналитическое представление информации, различными способами передачи сообщения (лингвистическими и экстралингвистическими), эксплицированными в жанровых формах, и многообразием речевых моделей адресанта. Так, Дж. Р. Доминик, констатируя значимость англоязычного журнала как пе-

чатного средства массовой информации, обозначает некоторые тенденции развития современной журнальной индустрии. Во-первых, на сегодняшний день журналы могут быть узкоспециализированными, следовательно, они привлекают рекламодателей, заинтересованных в ориентации на конкретную целевую аудиторию. Во-вторых, содержательная направленность журналов, более чем других СМИ, соответствует социальной, демографической, экономической и культурной тенденциям. И наконец, лишь у журнала есть своя четко очерченная аудитория и достаточно продолжительный срок эксплуатации: многие пользователи хранят их для прочтения в будущем [1, р. 123–124]. Дж. Маккей указывает на факторы привлекательности журнальной прессы: наличие точных целевых установок и подходов к событиям, компетентность и обстоятельность в анализе материалов экономического либо политического содержания, «надежность» журнала как источника информации [2, с. 19–20].

Цель исследования заключается в уточнении понятийно-терминологического аппарата англоязычного журнала, установлении специфики журнала как семантического объекта. Подчеркнем, что в рамках настоящего исследования под термином «семантический объект» понимается семантическое пространство общественно-политического журнала. Материалом исследования являются 20 выпусков периодических печатных журналов «Time» и «Newsweek» за 2015–2018 гг. Выбор в пользу данных журналов обусловлен тем, что на сегодняшний день они сохраняют лидирующее положение среди авторитетных англоязычных журнальных публикаций.

Рассматривая англоязычный журнал как особый тип периодического издания, мы не можем не уточнить его терминологическое поле, которое оказывается неоднозначным в современных научных изысканиях. Обзор исследований в области лингвистики и журналистики указывает на различный объем семантики русского термина «журнал» и соответствующих ему английских лексических единиц [1–11].

Так, в русском языке термин «журнал» означает «периодическое издание в виде книжки, обычно в мягкой обложке» [3]. В англоязычной журналистике для обозначения периодических изданий чаще всего употребляются следующие термины: *periodical*, *review*, *journal*, *magazine*. Согласно толковому словарю Collins English Dictionary, термин *periodical* обознача-

ет периодическое издание (журнал или газету), выпускаемое регулярно, обычно ежемесячно или еженедельно: ‘a publication issued at regular intervals, usually monthly or weekly’ [4, р. 1210]. Похожая формулировка приводится в словаре Р. Терри Элмора: ‘издание, публикуемое с постоянным интервалом в более чем один день и содержащее множество статей различных авторов’ (‘a publication, that is issued at regular intervals of more than one day, containing a variety of articles by different authors’) [5, р. 429]. Как видим, данная словарная дефиниция используется не только по отношению к журналам, но и к газетной периодике. Применительно к журналу указанная формулировка в наиболее общей форме выражает его специфику как печатного текста СМИ.

Анализ толкования термина *review* свидетельствует о том, что он обозначает печатное издание, содержащее рецензии на книгу, фильм, пьесу, концерт и т. д.: ‘a publication containing such articles (critical articles on a book, film, play, concert etc.)’ [4, р. 1385].

В соответствии со словарем Л. М. Земляновой, *journal* трактуется как периодическое профессионально-отраслевое издание, используемое не только в названиях журналов, но и газет [6, с. 179]. Эта точка зрения подтверждается также в толковом словаре Longman English Dictionary, где *journal* определяется как специальный выпуск, предназначенный для квалифицированных специалистов или лиц, заинтересованных в определенной сфере деятельности: ‘a serious magazine produced for professional people or those with a particular interest’ [9, р. 764].

Что касается понятия *magazine*, то изначально оно имело множество значений, поэтому, как отмечают специалисты в области журналистики, долгое время ему невозможно было дать четкого и краткого определения [2, с. 21; 6, с. 179]. Известно, что термин *magazine* произошел от арабского слова ‘*makhazin*’ в значении «амбар, склад», где держались под одной крышей различные виды провизии. В отличие от газет, в журналах действительно «складировались» и публиковались не только экстренные новости, но и различные жанры: аналитические статьи, эссе, публицистические очерки и др. [6, с. 179]. В XVIII столетии рассматриваемый феномен понимался как «периодическое сочинение, которое публиковалось регулярно» [10, р. 176]. В современной интерпретации *magazine* обозначает потребительский журнал, охватывающий темы общего интереса: ‘a periodical publication especially for

general readers' [11, p. 544]. Словарь Collins English Dictionary отражает семантические изменения слова *magazine*, в частности, расширение его значения как периодического журнала, в котором содержатся материалы общественно-политического, производственного, научного, культурного и другого характера, а также литературные произведения, имеющие постоянную рубрику: 'a periodical paperback publication containing news stories, articles, fiction, photographs, etc.' [4, p. 979]. И наконец, в словаре Mass Media Dictionary Р. Терри Элмора дается наиболее полное толкование слова *magazine* в его терминологическом значении: периодическое издание, специальное или ориентированное на массового читателя и содержащее художественно-публицистические произведения, статьи, рекламу и т. д. ('a periodical publication, containing stories, articles, features, advertising etc. A magazine may be specialized or designed for the general reader') [5, p. 343].

Исходя из вышеприведенных определений, можно заключить, что русский термин *журнал* и его английские эквиваленты не полностью совпадают по значению. Зыбкость терминологических критериев объясняется, главным образом, многообразием журнальных изданий, которые адаптируются к интересам и предпочтениям различных слоев читающей аудитории [6, с. 179]. Как уже было отмечено ранее, для нас представляет особый интерес анализ общественно-политического журнала, направленного на широкую читательскую аудиторию, и в этом отношении термин *magazine* в большей степени соответствует данному виду журнала.

С учетом вышесказанного, *журнал* правомерно трактовать как периодическое издание, которое включает в себя тексты, законченные в смысловом и речевом отношении, отличительными признаками / свойствами которых служат комплексное и трестированное производство, непрерывность, способность охватывать все общество [12, с. 123]. Вместе с тем журнал, будучи изданием, содержащим множество разнотематических текстов (жанров), построен как сложная семантическая система, составляющие которой неоднородны.

Для того чтобы понять суть процесса, в качестве примера обратимся к типичным образцам структуры общественно-политического журнала – изданиям «Newsweek» и «Time», которые являются международными выпусками. Так, «Newsweek» представляет собой наиболее известные реакционные общественно-

политические обзоры и аналитические материалы о положении дел в США и за рубежом. Номер журнала «Newsweek», который характеризуется собственным оригинальным стилем и незаурядной подачей информации, содержит своеобразный перечень рубрик. Журнал открывает раздел *Columns*, в рамках которого следуют новостные рубрики *News Gallery* и *Newsbeast*. Далее в указателе содержания журнала отдельным блоком представлены материалы *Features*, а затем в конце публикуется рубрика *Omnivore*.

Наименования рубрик в журнале «Time» несколько разнятся. Подаваемая информация комплектуется в соответствии с определенной схемой с тем, чтобы читатель вместе с информацией автоматически усваивал мнение издателя. Эта система строится на классификации материала по тематике и актуальности. Журнал разбивается на тематические разделы, охватывающие все сферы внутренней и международной жизни: *Briefing*, *Commentary*, *Features*, *The Culture*. Подобное членение содержания на части и объединение в тематические блоки существенно облегчает чтение журнального выпуска, а также ориентирует адресата в разнообразном по проблематике материале. При этом наполнение рубрик чаще всего сочетает нейтральные и экспрессивные, стилистически маркированные тексты. Следовательно, содержательные типы журнальных текстов имеют и отличное друг от друга языковое оформление: при создании текстов используются лексические единицы различной стилиевой и эмоционально-экспрессивной окраски.

Вместе с тем журнальные тексты объединены по сходству и подобию. Так, специфической чертой перечисленных выше журналов является наличие в каждом номере «гвоздевого» специального материала, расположенного на постоянном месте в журнальной полосе и посвященного одному из наиболее злободневных вопросов общественно-политического или экономического развития. В журналах подобный материал размещен в разделах *Columns* («Newsweek») и *Commentary* («Time»), представляющих собой обзор постоянного комментатора (-ов). По нашим наблюдениям, указанные разделы характеризуются экспрессивно-эмоциональным изложением с ярко выраженным «я» говорящего и субъективной оценкой какого-либо явления. Адресант формулирует проблему, которая его волнует, а затем по ходу развития содержания текста прямо выражает свое отношение к ней.

Следует констатировать, что в семантическом плане содержание журнала представляет собой довольно сложное образование. Под содержанием понимается результат объективации информации с помощью средств языка в соответствии с авторскими *интенциями*. Как правило, содержание выражено эксплицитно. К основным **компонентам** содержания журнала относятся: *значение* журнала, то есть способ его данности; *смысл* журнала, связанный с постижением элементов структуры журнального текста в их согласованности с пресуппозицией и коммуникативной компетенцией адресата. Таким образом, термином «смысл» обозначается воспринятая читателем семантика текста, обусловленная экстралингвистическими факторами. Необходимо при этом отметить, что смысловой аспект журнального текста, в отличие от содержательного, представлен имплицитно.

Вышесказанное позволяет выделить **признаки** журнала как семантического объекта: 1) содержание журнала зарождается в оппозиции «журнал – читатель»; 2) содержание журнала – это некоторый дискретный пространственно-временной континуум. Поясним, что журнал еще на начальных этапах создания ориентируется на воспринимающего реципиента. При этом не только журнал перестраивается согласно запросам аудитории, но и адресат подстраивается под «мир» журнала. Дискретность континуума обусловлена тем, что актуализация содержания не бесконечна в силу дискретности читательских запросов. Пространство континуума определяется рядоположенностью одного содержания другому в некоторой абстрактной системе содержаний. Временной же признак существует как в силу дискретности читательских запросов, так и в силу того, что содержание может относиться к разной временной отнесенности как внутри, так и вне журнального текста [13, с. 89].

В этой связи следует учитывать тот факт, что приемы выражения содержательно-тематической информации, построение отдельного журнального номера непосредственно зависят от способов их уяснения читателем. Воспринимаемая произведение, адресат как бы создает собственный текст, текст-интерпретацию. Интерпретация журнала, в частности зависит не только от самого текста, но и от особенностей воспринимающего реципиента – его прошлого опыта, который базируется на системе знаний о явлениях окружающей действительности. В процессе восприятия происходит сравнение с эталоном, хранящимся в памяти человека,

а также избирательное выделение и организация данных, полученных из внешнего мира. Значимую роль в данном случае играет контекстное окружение, так как «ничего не воспринимается изолированно, в отрыве от общего окружения» [14, с. 39].

В результате, толкование журнала есть активный процесс создания интерпретатором «собственной версии» того или иного произведения, «вычитывания» из текста той информации, которая актуальна в момент речи для данной личности. Например, при чтении журнального очерка, основанного на личном опыте (*the personal experience feature*) в сознании реципиента активизируются модели знакомых ситуаций, касающихся аналогичных событий (данные ситуации хранятся в памяти воспринимающего). Текст журнального сообщения активизирует такие экстралингвистические знания, как информация о типе коммуникации, данные о типе журнала и его социальной ориентации, основные модели, с которыми знаком читатель, субъективные оценочные суждения.

Необходимо подчеркнуть, что журнальные полосы могут иметь «метакоммуникативный характер» (термин Э. А. Лазаревой), обуславливающий присутствие того, кто создает текст (автора) и того, кто его оценивает (читателя). Публицисты выводят на поверхность такие «метакоммуникативные» особенности своего издания, как актуальность и диалогический характер. Данные свойства эксплицируют авторскую позицию и формируют определенное восприятие контекста реципиентом.

Вместе с тем текст журнального издания приобретает неодинаковое представление в осмыслении читателем – его коммуникативная модификация определяет различный образ в сознании читателя. Читая один и тот же журнал, адресат воспринимает большое количество информации, строит тексты-интерпретации иного объема и содержания. Следовательно, «вдумчивый читатель» уяснит каждый журнальный текст, «пробегающий глазами читатель» усвоит смысл, заключенный в подзаголовках и других частях заголовочного комплекса, «просматривающий журнал читатель» отдаст предпочтение увлекательным для него публикациям либо легко найдет необходимые данные [15, с. 166]. Отсюда следует, что журнальная система функционально ориентирована на реципиента. Она формирует механизм, облегчающий постижение разнообразных сведений, – сочетание сегментации и интеграции содержания. Сегментирование и интегрирование журнальной информации

осуществляется с помощью элементов обеих журнальных систем – текстов публикаций и частей заголовочного комплекса. Интегративные процессы протекают как внутри одного выпуска журнала, так и между различными номерами, связывая тексты на основании общих смысловых элементов, что облегчает восприятие информации. Дробление информации чаще всего реализуется путем заголовочных элементов, занимающих «выдвинутые», вне-текстовые позиции. Части этой подсистемы выражают отдельные элементы содержания текста и вступают в смысловые отношения друг с другом. Как следствие, для журнала одинаково важны как внутренние связи элементов журнальных систем (текстовой и заголовочной), их пересеканность друг с другом, так и внешнее взаимодействие разных выпусков одного и того же издания.

Таким образом, компоненты содержания и ключевые признаки журнала обуславливают концепцию его семантического пространства. Следующий рисунок отражает семантически сложный характер англоязычного журнала.

Рисунок демонстрирует, что для журнала характерно наличие относительно постоянного набора факторов, образующих его семантическое пространство. В фокусе внимания оказы-

ваются типизированное отражение действительности, процессы вербализации коммуникативного намерения и создания сообщения, код, адресант, адресат и др. При этом, с одной стороны, нельзя забывать о том, что журнал отражает картину мира, формирует ментальное пространство, которое соотнесено с той или иной смысловой областью действительности, классифицированной на основе социально-политических и мировоззренческих позиций редакции. С другой стороны, следует учитывать личностное начало, так как именно журнальный текст выступает в качестве сферы преломления индивидуальных особенностей автора и активизирует его эмотивное пространство. Очевидно, что одним из значимых свойств журнального выпуска оказывается и его системность, помогающая журналу не трансформироваться в хаотичный набор разножанровых текстов.

На наш взгляд, перечисленные выше факторы необходимо принимать во внимание при создании журнала, формировании его структуры и предпочтении подачи материала, поскольку они не только оказывают воздействие на ментальную модель мира в сознании адресата, но и модифицируют, усложняют исходные коммуникативные цели и задачи, стоящие перед редакционной коллегией.

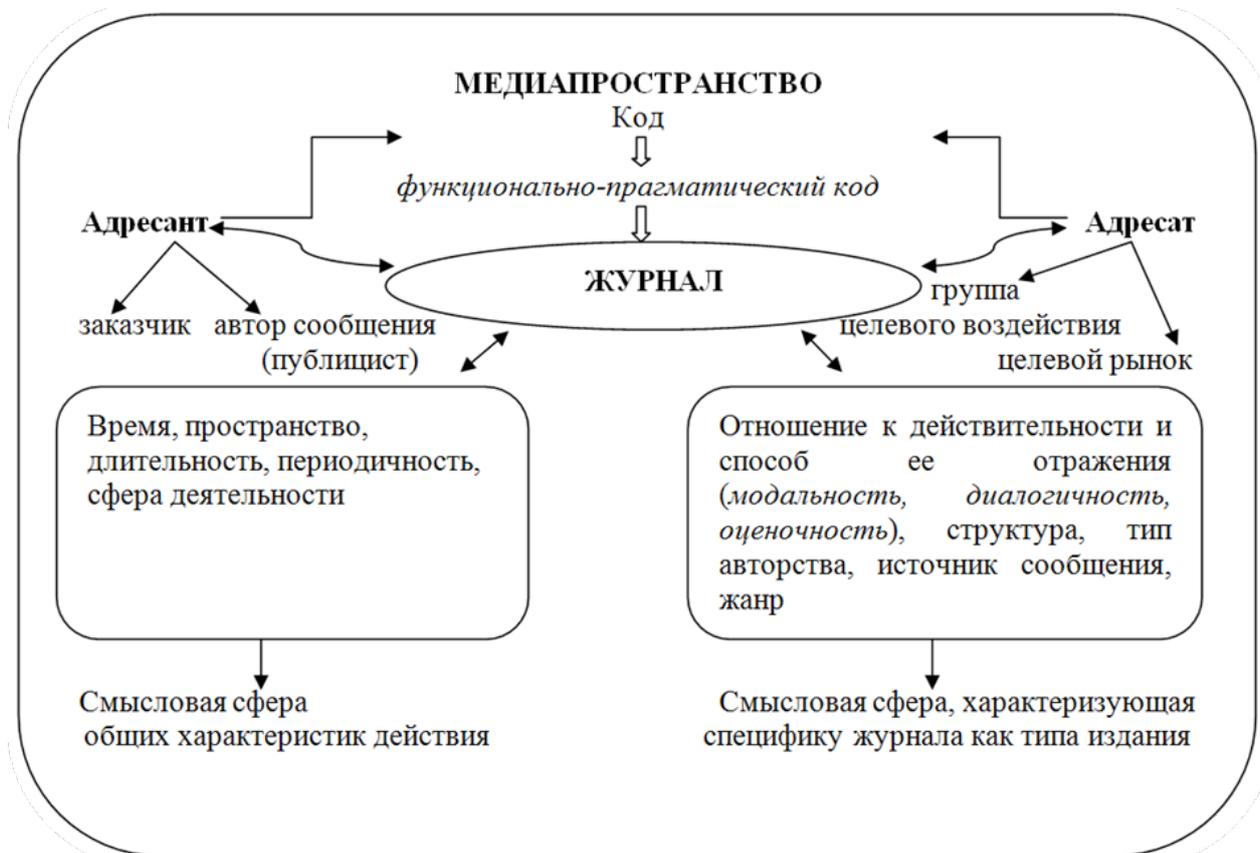


Рисунок. – Семантическое пространство журнала

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Dominick, J. R.* The Dynamics of Mass Communication / J. R. Dominick. – sixth edition. – Boston etc. : McGraw-Hill College, 1999. – 568 p.
2. *Маккей, Дж.* Все о журналах / Дж. Маккей. – М. : Университетская Книга, 2008. – 342 с.
3. *Лопатин, В. В.* Толковый словарь современного русского языка [Электронный ресурс] / В. В. Лопатин // Толковый словарь современного русского языка. – М. : Эксмо, 2013. – Режим доступа: <http://www.вокабула.рф/словари/русский-толковый-словарьлопатина/журнал></a>. – Дата доступа: 07.06.2018.
4. Collins English Dictionary. Complete and unabridged. – sixth edition / ed. by J. Butterfield. – Glasgow : Collins, 2003. – 1872 p.
5. *Ellmore, R. Terry.* Mass Media Dictionary / R. Terry Ellmore. – Special edition. – Lincolnwood ; M. : National textbook company, 1992. – 668 p.
6. *Землянова, Л. М.* Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов / Л. М. Землянова ; под ред. Я. Н. Засурского ; Моск. гос. ун-т, Фак. журналистики. – М. : Моск. гос. ун-т, 2004. – 416 с.
7. *Курьянов, Е. И.* Англо-русский словарь по СМИ (с толкованиями) / Е. И. Курьянов. – М. : Моск. междунар. школа переводчиков, 1993. – 320 с.
8. *Хоккинс, Дж. М.* The Oxford Dictionary of the English Language (Оксфордский толковый словарь английского языка) / Дж. М. Хоккинс. – М. : Изд-во «АСТ», 2001. – 832 с.
9. Longman Dictionary of Contemporary English / ed. by A. Gadsby and others. – England : Pearson Education Limited., 2001. – 1668 p.
10. *Stephens, M.* a History of News: from the Drum to the Satellite / M. Stephens. – New York : Viking Press, 1988. – 402 p.
11. Oxford Dictionary of English Etymology. – ed. by C. T. Onions. – Oxford : Oxford University Press, 2000. – 1025 p.
12. *Рождественский, Ю. В.* Введение в общую филологию : учеб. пособие / Ю. В. Рождественский. – М. : Высш. шк., 1979. – 224 с.
13. *Лазарева, Э. А.* Системно-стилистические характеристики газеты / Э. А. Лазарева. – Екатеринбург : Урал. гос. ун-т, 1993. – 168 с.
14. *Линдсей, П.* Переработка информации у человека: (Введение в психологию) : пер. с англ. = Human information processing / П. Линдсей, Д. Норман ; под ред. и с предисл. действ. чл. АПН СССР А. Р. Лурия. – М. : Мир, 1974. – 550 с. : ил. – Библиогр. : с. 521–538.
15. Смысловое восприятие речевого сообщения (в условиях массовой коммуникации) : коллектив. монография / Т. М. Дридзе [и др.] / АН СССР, Ин-т языкознания ; А. А. Леонтьев (отв. ред.). – М. : Наука, 1976. – 263 с.

## REFERENCES

1. *Dominick, J. R.* The Dynamics of Mass Communication / J. R. Dominick. – sixth edition. – Boston etc. : McGraw-Hill College, 1999. – 568 p.
2. *Makkey, Dzh.* Vse o zhurnalakh / Dzh. Makkey. – M. : Universitetskaya Kniga, 2008. – 342 s.
3. *Lopatin, V. V.* Tolkovyy slovar sovremennogo russkogo yazyka [Elektronnyy resurs] / V. V. Lopatin // Tolkovyy slovar sovremennogo russkogo yazyka. – M. : Eksmo, 2013. – Rezhim dostupa: <http://www.vokabula.rf/slovary/russkiy-tolkovyy-slovar'lopatina/zhurnal></a>. – Data dostupa: 07.06.2018.
4. Collins English Dictionary. Complete and unabridged. – sixth edition / ed. by J. Butterfield. – Glasgow : Collins, 2003. – 1872 p.
5. *Ellmore, R. Terry.* Mass Media Dictionary / R. Terry Ellmore. – Special edition. – Lincolnwood ; M. : National textbook company, 1992. – 668 p.
6. *Zemlyanova, L. M.* Kommunikativistika i sredstva informatsii: anglo-russkiy tolkovyy slovar kontseptsii i terminov / L. M. Zemlyanova ; pod red. Ya. N. Zasurskogo ; Mosk. gos. un-t, Fak. zhurnalistiki. – M. : Mosk. gos. un-t, 2004. – 416 s.
7. *Kuryanov, Ye. I.* Anglo-russkiy slovar po SMI (s tolkovaniyami) / Ye. I. Kuryanov. – M. : Mosk. mezhdunar. shkola perevodchikov, 1993. – 320 s.
8. *Khokkins, Dzh. M.* The Oxford Dictionary of the English Language (Oksfordskiy tolkovyy slovar angliyskogo yazyka) / Dzh. M. Khokkins. – M. : Izd-vo «AST», 2001. – 832 s.
9. Longman Dictionary of Contemporary English / ed. by A. Gadsby and others. – England : Pearson Education Limited., 2001. – 1668 p.
10. *Stephens, M.* a History of News: from the Drum to the Satellite / M. Stephens. – New York : Viking Press, 1988. – 402 p.
11. Oxford Dictionary of English Etymology. – ed. by C. T. Onions. – Oxford : Oxford University Press, 2000. – 1025 p.
12. *Rozhdestvenskiy, Yu. V.* Vvedeniye v obshchuyu filologiyu : ucheb. posobiye / Yu. V. Rozhdestvenskiy. – M. : Vyssh. shk., 1979. – 224 s.
13. *Lazareva, E. A.* Sistemno-stilisticheskiye kharakteristiki gazety / E. A. Lazareva. – Yekaterinburg : Ural. gos. un-t, 1993. – 168 s.
14. *Lindsey, P.* Pererabotka informatsii u cheloveka: (Vvedeniye v psikhologiyu) : per. s angl. = Human information processing / P. Lindsey, D. Norman ; pod red. i s predisl. deystv. chl. APN SSSR A. R. Luriya. – M. : Mir, 1974. – 550 s. : il. – Bibliogr. : s. 521–538.
15. Smyslovoye vospriyatiye rechevogo soobshcheniya (v usloviyakh massovoy kommunikatsii) : kolektiv. monografiya / T. M. Dridze [i dr.] / AN SSSR, In-t yazykoznaniya ; A. A. Leontyev (otv. red.). – M. : Nauka, 1976. – 263 s.