

**Инвентивная сетка российского журнального дискурса об образе жизни:
лингвориторика интегральных и дифференциальных признаков
в мужском и женском «глянце»**

Олег Владимирович Скулкин

Сочинский государственный университет, Россия
354000 г. Сочи, ул. Советская, 26а
аспирант
E-mail: skulkin@inbox.ru

Аннотация. В статье с позиций лингвориторической (ЛР) парадигмы исследуются инвариантное ядро (интегральные признаки) и гендерно-вариативные компоненты (дифференциальные признаки) российского журнального дискурса об образе жизни в аспекте особенностей содержательно-смыслового наполнения тематических пластов инвентивной сетки в гляцевых журналах для мужчин и для женщин.

Ключевые слова: linguistic & rhetorical (L&R) парадигма; дискурс журналов об образе жизни; мужской / женский гляцевый дискурс; маскулинный / феминный гендер-идеал; логосно-тезаурисно-инвентивные параметры дискурс-текста; инвентивная сетка дискурса; инвентивное звено; инвентивно-элокутивная координация.

Введение. С позиций лингвориторической (ЛР) парадигмы [1–6], система терминологических координат которой лежит в основе анализа дискурсивных феноменов в исследованиях представителей Сочинской ЛР школы (см., напр.: [7–9]), одной из трех универсальных групп ЛР параметров являются *логосно-тезаурисно-инвентивные*. В статье в данном аспекте исследуется гендерно ориентированный гляцевый журнальный дискурс (ГЖД), а именно дискурс-ансамбль для мужчин и дискурс-ансамбль для женщин (см., напр.: [10, 11]), образуемые комплексом конкретных журнальных дискурс-практик. Подчеркнем, что именно гендерно ориентированный дискурсивный пласт в настоящее время подразумевается при употреблении термина ГДЖ как наиболее обширный и показательный, «титовый» его сегмент.

Материалы и методы. Проанализированы подборки гляцевых журналов за 2009–2013 гг.: мужских – «FHM», «GQ», «Maxim»; женских – «Glamour», «Cosmopolitan», «Vogue». С позиций интегративной ЛР парадигмы использовались методы описательного, контекстуального, концептуального, риторического, дискурсивного анализа, интертекстуального сопоставления, дистрибутивный, герменевтико-интерпретационный; методики наблюдения, описания, языкового и внеязыкового соотнесения.

Обсуждение. В ходе исследования инвентивной сетки по каждому дискурс-ансамблю выявлены 10 наименований тематических блоков (инвентивных звеньев), составляющих контент-основу современного гляцевого журнала об образе жизни. Порядок их представления не обусловлен степенью убывания значимости, которую гипотетически можно было бы определить согласно доле представленности по объему материалов того или иного инвентивного сегмента в мужском и женском журнальных дискурс-ансамблях. Доминантой ГЖД является именно образ жизни успешного представителя общества потребления, пропагандируемый и рекламируемый как необходимый для обеспечения качества жизни современного человека, а все частные инвентивные звенья в достаточно равной степени репрезентируют отдельные грани такого образа жизни применительно к той или иной актуальной сфере жизнедеятельности представителя российского общества XXI века. Нас интересовали, в том числе, интегральные и дифференциальные признаки осуществления инвентивных действий профессиональной языковой личностью журналиста в мужском и женском «глянце». Результаты анализа представлены в Табл. 1.

Логосно-тезаурусно-инвентивные параметры глянцевого журнального дискурса (ГЖД)		
Позиции анализа инвентивной сетки ГЖД	Ведущие инвентивные звенья как содержательно-смысловые блоки, основные тематические направления, типовой набор микротем подпластов ГЖД: информационно-развлекательного, рекламного, PR.	
	Мужской ГЖД	Женский ГЖД
Порядок подачи анализируемого эмпирического материала	<ol style="list-style-type: none"> 1. Наука и техника. 2. Карьера. 3. Отношения, секс. 4. Мода. 5. Медиа-развлечения (кино, компьютерные / консольные игры, музыка, Интернет и т.д.). 6. Девушки-модели, героини эротических фотосессий. 7. Спорт, физическая подготовка. 8. Искусство. 9. Путешествия. 10. Кулинария 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Красота, уход за ней, 2. Мода. 3. Здоровье, фитнес, диеты. 4. Отношения, секс, 5. Карьера. 6. Медиа-развлечения (кино, музыка, Интернет и т.д.). 7. Шоу-бизнес. 8. Искусство, 9. Путешествия. 10. Кулинария
Интегральные признаки инвентивной сетки	1) мода; 2) карьера; 3) отношения и секс; 4) медиа-развлечения; 5) физическая культура (спорт / фитнес); 6) искусство; 7) путешествия; 8) кулинария.	
Дифференциальные признаки инвентивной сетки	<ol style="list-style-type: none"> 1. Девушка-модель как эротический объект. 2. Наука и техника. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Красота, уход за ней. 2. Шоу-бизнес.

Далее остановимся на ряде инвентивных сегментов ГЖД подробнее, приводя языковые примеры, демонстрирующие специфику инвентивно-элокутивной координации в гендерно ориентированном ГЖД; в некоторых случаях выделены эмоционально-экспрессивные и «статусно нагруженные» словоупотребления.

1. Мужской гляцевый дискурс. Наука и техника. Журнал держит своего читателя в курсе всех технических инноваций; в частности, инвентивным сегментом становится разработка компании **Apple**, которая, по определению продуцента, не просто современна, а «революционна». Данная характеристика подчеркнута заголовком как диспозитивно значимой единицей: «*iPad (фетиш-планшет)*». «Фетиш-планшет» означает такое устройство, обладать которым читатель захочет во что бы то ни стало, вне зависимости от того, есть ли в нем необходимость или нет. При этом журналист подогревает интерес потенциального реципиента к данному устройству: *Поставки в Россию, как и революционность устройства, под вопросом* (Махит, март 2010, с. 130).

Медиа-развлечения (кино, компьютерные / консольные игры, музыка, Интернет и т.д.). Гляцевый дискурс целенаправленно знакомит читателей со знаменитостями, например, с известным актером *Заком Галифианакисом*, снявшимся в популярных комедийных художественных фильмах последних лет. Заголовок и «слова-зацепки» выполняют функции привлечения внимания. «*Король комедии*»: как самого смешного комика всех времен; как ни парадоксально, но ...; на вершину славы; неповторимый шарм (ФНМ, сентябрь 2011, с. 45).

Мода. Современный мужчина пристально следит за своим внешним видом, хорошо разбирается в моде; журналист активно использует термины мира моды. «*Держимся плотнее*»: ... фактурные твидовые пиджаки, фланелевые рубашки и вязаные джемперы (GQ, февраль 2013, с. 96).

Спорт. Читатель интересуется спортивными событиями, в частности – футболом. Журналист использует названия известных футбольных клубов, а также фамилии известных игроков. «*И снится им трава, трава у дома*»: Павлюченко – в «Тоттенхэме», Аршавин – в

«Арсенале», главный тренер сборной России Гус Хиддинк – у руля «Челси»... (Maxim, март 2011, с. 100).

Девушки-модели, героини эротических фотосессий. Любого мужчину интересуют красивые женщины: журналист объясняет, почему именно Келли Брук поместили на обложку журнала. Кроме того, имеется отсылка к киноиндустрии – имя известного актера, а также к современным технологиям – название известной поисковой системы. *У Келли Брук шикарная грудь – это раз. Она семь лет встречалась с актером Джейсоном Стэтхэмом – это два. На запрос «Обнаженная Келли Брук» Google выдает больше 26 миллионов страниц и около миллиона картинок* (FHM, декабрь 2012, с. 52).

Искусство. На страницах глянцевого журнала для мужчин нередко можно видеть статьи, посвященные различным проявлениям мира искусства. Например: *Чайковский был первым настоящим профессионалом русской музыки – точно так же как Пушкин был нашим первым профессиональным литератором* (GQ, июль 2010, с. 80).

Путешествия. Современный мужчина регулярно путешествует, и по работе, и в качестве досуга. Журналист знакомит читателя с особенностями экзотического туризма, который, по его мнению, обязательно заинтересует реципиента. *У нас для тебя две новости! Первая: мы нашли 10 видов экзотического туризма, которые ты наверняка не пробовал!* (Maxim, август 2011, с. 60).

2. Женский гляцевый дискурс. Красота, уход за ней. Журналисты часто рассказывают читателям о преимуществах современных средств индустрии красоты, рекламные объявления которых мелькают на страницах изданий. *«Время вперед!»: Чтобы накрутить локоны и уложить их на косой пробор, парикмахеру актрисы Риты Хейворт, секс-символа 40-х, требовалось несколько часов. Вам на это понадобится не больше 15 минут!* (Glamour, декабрь 2009, с. 64).

Мода. Женские глянцевые журналы всегда держат своих читательниц в курсе всех модных тенденций, давая рекомендации, выгодные рекламодателям. *«Год змеи»: Питоновые молнии на минималистичных летних платьях – это зарницы нового пришествия роскоши. Вкладывайтесь в будущее сейчас: сумки, туфли и плащи из кожи питона повсюду в осенних коллекциях* (Vogue, июнь 2011, с. 55).

Отношения, секс. Авторы глянцевых журналов охотно делятся с читательницами секретами построения благополучных отношений с представителями противоположного пола. *Ноги в тепле – голова в холоде. Это девиз отношений, которые завязываются в осенний сезон. Я за остывающие после летней жары горячие головы: буйство гормонов наконец утихает, зато потребность в гармонии обостряется* (Cosmopolitan, сентябрь 2012, с. 107).

Карьера. Журналист отмечает, как важна карьера для современной женщины, разбирает возможные препятствия, которые могут возникнуть в связи с личными обстоятельствами и дает ценные советы по развитию карьеры. *Ты карабкалась по карьерной круче, как скалолаз. <...> Попробуй обойти острые углы по трехшаговой схеме* (Cosmopolitan, октябрь 2011, с. 355).

Шоу-бизнес. Глянцевые журналы постоянно информируют женщин о последних новостях из жизни звезд шоу-бизнеса. Нередко актрисы, модели, певицы и прочие его представители становятся ролевыми моделями для потребителей. В данном примере журналист ставит на одну ступень со звездами своих читателей. *Последнее время звезды только и делают, что извиняются – перед поклонниками, геями, любимыми, индейцами... Glamour составил памятку для них и для вас о том, как не надо извиняться* (Glamour, январь 2013, с. 68).

Медиа-развлечения (кино, музыка, Интернет и т.д.). В каждом номере на страницах глянцевого журнала читатель найдет обзоры свежих художественных фильмов, выходящих в прокат, а также получит ценные советы о том, что посмотреть стоит, а что – нет. *«Фильм месяца “Призрак”»* (Cosmopolitan, август 2010, с. 12).

Путешествия. Описывая рекламируемую страну, журналист использует эпитет волшебного и в то же время понятия, характерные для родной культуры реципиента (*Дед Мороз, северное сияние, олени*), привнося также сексуальный подтекст, что в совокупности стимулирует желание читателя посетить данную страну. *В Финляндии волшебное. Здесь живет Дед Мороз по имени Йоулупукки, здесь северное сияние, олени с заиндевелыми*

носами и **горячие финские парни**, которые не прочь составить тебе компанию (Cosmopolitan, январь 2012, с. 126).

Заключение. Таким образом, подавляющее большинство инвентивных звеньев ГЖД, формирующих *маскулинный и феминный гендер-идеалы* на уровне логосно-тезаурусно-инвентивных параметров, являются интегральными для мужского и женского дискурсно-ансамблей. В качестве *дифференциальных признаков* выступают:

I. Частные нюансы интегральных признаков, например, акцентируемые путем риторического выдвигания *аспекты физической культуры*: мужской гендер-идеал – новости спорта и азы повседневной физической подготовки; женский гендер-идеал – здоровье, фитнес, диеты. Если указанные нюансы зафиксированы нами в Табл. 1, то по остальным инвентивным звеньям наблюдается небольшая вариативность на уровне уже самого контента, например тематики медиа-развлечений, при этом большинство инвентивных субсегментов пересекается. Инвентивно-элокутивную координацию отличают элементы специфики словоупотреблений.

II. Собственно дифференциальные признаки: 1. *Опосредованными дискурсивными коррелятами*, которые прямо соотносятся с гендерной ориентацией журналов, правомерно считать такие инвентивные сегменты, как «Девушка-модель – эротический объект» в мужских журналах и «Красота, уход за ней» – в женских. В связи с этим в дискуссионном плане поставим вопрос об «асимметрии дискурсивного знака» в семиотическом плане, проводя параллель с концепцией асимметрии языкового знака С. Карцевского, расширенной В.Г. Гаком, и транспонируя ее на уровень дискурсивно-текстообразующего процесса. В данном случае не наблюдается гипотетически ожидаемая в условиях дихотомии и равноправия полов полная симметрия, например, наличие мужских эротических образов на обложках и страницах женских журналов. Это коренится в принципиальной взаимодополнительности маскулинного и феминного гендер-идеалов, а именно: женское и женственное позиционируется и мужчиной, и самой женщиной как потенциально нравящееся мужчине, привлекающее его внимание, вызывающее у него эмоции и – в идеале – глубокие долговременные чувства (в основе чего, в свою очередь, лежит базовая сексуальная потребность, по А. Маслоу, – изначально заложенное природой стремление к продолжению рода). Соответственно яркая модель на обложке журнала, т.е. в титульно доминирующей диспозитивной позиции, в целом является инвариантом визуального блока для мужского и женского ГДЖ. При этом такие семиотические сигналы, как молодость, красота, качественный макияж, идеальная прическа относятся к интегральным сущностным признакам фотообъекта, а различие обусловлено такой степенью обнаженности модели в мужском глянце, которая переводит фото в жанр эротического; в женском глянце коррелятивным признаком выступает стильная одежда модели.

2. С инвентивным сегментом *«наука и техника»* мужского ГЖД в представленной нами таблице правомерно соотнести сегмент *«шоу-бизнес»* в женских глянцевых журналах; они выступают *прямыми дискурсивными коррелятами* в информационно-содержательном аспекте.

Примечания:

1. Ворожбитова А.А. Интегральная лингвориторическая компетенция языковой личности и механизмы ее реализации // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 3 / Под ред. проф. А.А. Ворожбитовой. Сочи: СГУТиКД, 2003. С. 134–142.

2. Ворожбитова А.А. «Языковая личность» и «литературная личность» как лингвориторические категории // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 8 / Под ред. проф. А.А. Ворожбитовой. Сочи: РИО СГУТиКД, 2007. С. 22–44.

3. Vorozhbitova A.A. Lingual rhetoric paradigm as integrative research prism in philological science // European researcher. 2010. № 2. С. 183–190.

4. Vorozhbitova A.A. Discourse-paradigmatics and Discourse-syntagmatics Categories in Linguo-rhetoric Paradigm // European researcher. 2011. № 11 (14). P. 1532–1537.

5. Vorozhbitova A.A. Program of professional linguistic personality study in linguo-rhetorical paradigm: scientist-philologist and classic writer // European researcher. 2011. № 4. С. 398–401.

6. Ворожбитова А.А. Лингвориторическая системность парадигматики, синтагматики, эпидигматики дискурсивных процессов в аспекте категорий «концепт дискурса», «ментальное пространство», «возможный мир», «вариативная интерпретация действительности» // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты. 2013. №18. С. 50–55.
7. Ворожбитова А.А., Пушкарь Г.А. Лингвориторический аспект гендерного анализа современной российской прозы // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 5 / Под ред. проф. А.А. Ворожбитовой. Сочи: СГУТиКД, 2004. С. 11–17.
8. Ворожбитова А.А., Сунгуртян К.К. Антропоцентрическое направление в языкознании: актуализация философско-лингвистического наследия // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 6 / Под ред. проф. А.А. Ворожбитовой. – Сочи: СГУТиКД, 2005. С. 24–38.
9. Vorozhbitova A.A., Issina G.I. Systemness of Terminological Triads “Mentality – Mindset – Mental Space”, “Concept – Text Concept – Discourse Concept”: Linguo-rhetoric Aspect // European Researcher. 2013. Vol. (47). № 4–3. P. 1014–1018.
10. Скулкин О.В. Дискурс глянцевого журналов для мужчин как объект лингвориторического исследования // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 15 / Под ред. проф. А.А. Ворожбитовой. Сочи: РИЦ СГУТиКД, 2010. С. 120–126.
11. Скулкин О.В. Теоретико-методологические основы изучения гендера в современном языкознании // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 15 / Под ред. проф. А.А. Ворожбитовой. Сочи: РИЦ СГУТиКД, 2010. С. 126–134.
12. Ворожбитова А.А. Текст как синергетическая структура лингвориторического характера // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 2 / Под ред. проф. А.А. Ворожбитовой. Сочи: СГУТиКД, 2003. С. 25–34.
13. Vorozhbitova A.A., Potapenko S.I. Linguistic & rhetorical paradigm as innovative theoretical methodological platform of studying discursive processes of East Slavic and Western cultures // European Researcher. 2013. Vol.(61). № 10-2. p. 2536–2543.
14. Скулкин О.В. Реклама и PR-текст как институциональные типы дискурса в лингвориторической парадигме // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 16 / Под ред. проф. А.А. Ворожбитовой. Сочи: РИЦ ФГБОУ ВПО «СГУ», 2011. С. 127–134.

UDC 81

**The Inventive Network of Russian Journalistic Discourse on the Topic of Lifestyle:
Rhetorical Linguistics of Integral and Differential Features
in Men’s and Women’s Magazines**

Oleg V. Skulkin

Sochi State University, Russian Federation
354000 Sochi, 26a Sovetskaya St.
Post-graduate student
E-mail: skulkin@inbox.ru

Abstract. The article utilises a linguistic & rhetorical paradigm to study the invariant nucleus (integral features) and the gender-variable components (differential features) within Russian journalistic discourse regarding lifestyle from the point of view of the specifics of the semantic subject matter of the thematic layers in the inventive network of magazines for men and women.

Keywords: linguistic & rhetorical (L&R) paradigm; discourse about lifestyle in magazines; men’s/women’s discourse in magazines; masculine/feminine gender ideals; the logos-thesaurus-inventive parameters of the discourse text; inventive network of discourse; inventive link; inventive-illocutive co-ordination; glossy magazine discourse (GMD).