

Е.О. Менджеричкая, кандидат филологических наук
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
Москва, Российская Федерация

E.O. Mendzheritskaya, Candidate of Philology
Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ КРЕАТИВНОСТЬ В МАССМЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

LINGUISTIC CREATIVITY IN MASS MEDIA DISCOURSE

Анализируется креативность использования лингвистических средств в дискурсе англоязычных глянцевых журналов с учетом их качественных и гендерных различий. Универсальность выбора языковых средств воздействия позволяет выделить дискурс глянцевого журнала в рамках дискурса популярной прессы. Массмедийный дискурс изучается в категориях когнитивной парадигмы.

Ключевые слова: массмедийный дискурс; лингвистическая креативность; дискурс глянцевого журнала; когнитивная парадигма.

Linguistic creativity in glamour magazines discourse is being investigated with their quality and gender distinctions in mind. A universal approach to language means of impacting choice allows us to single out glamour magazines discourse within popular press discourse. Mass media discourse is studied in terms of cognitive paradigm.

Key words: mass media discourse; linguistic creativity; glamour magazines discourse; cognitive paradigm.

Массмедийный дискурс представляет собой сложное явление, учитывающее и экстралингвистическую ситуацию, и характеристики участников коммуникации, и различные стратегии, лежащие в основе производства, обработки и распространения информации, а также ее соответствующее языковое оформление [Менджеричкая 2017].

Дискурс глянцевого журнала выделяется в отдельную подкатегорию популярной прессы, так как они во многом отличаются от таблоидов.

Яркое оформление обусловлено содержанием, но глянцевые журналы весьма неоднородны. Их можно разделить на «качественный глянец» (например, “Vogue”) и «популярный глянец» (“Cosmopolitan”).

Первая категория тяготеет к качественной прессе, вторая дрейфует в сторону таблоидных изданий. Еще одним принципом категоризации глянцевого журнала является гендерный.

Для анализа были выбраны англоязычные журналы, соответствующие этим параметрам: “Vogue”, “Cosmopolitan”, “GQ”.

Можно выделить универсальные черты языкового употребления, характерные для этих изданий, независимо от их дифференциации по шкале качественная–

популярная пресса или гендерной ориентации, что связано с наличием у адресанта и адресата общих когнитивных баз.

Так, в этих изданиях можно встретить термины, относящиеся к области моды и требующие форовых знаний: *grab your **baguette*** (вид женской сумки) (“Vogue”); *A pretty sweet **It bag*** (термин, возникший по аналогии с *It girl*, в данном случае означающий ту самую сумку, объект желания) (“Cosmopolitan”).

Некоторые слова и выражения являются социокультурно маркированными: *a slice of the Big Apple* (метафорическое название Нью-Йорка) (“Vogue”); *to buy a round* (“Cosmopolitan”); *Clash of the oval titans: rugby union and league go head-to-head* (“GQ”).

Существуют и другие универсальные языковые способы привлечения внимания читателя. Например, разного рода фонетическая игра – аллитерация, ассонанс, звуковой символизм (часто сочетающийся с синтаксическим параллелизмом): *With summer comes sun, sandals and socializing* (“Vogue”); *He said I was bewitching, brainy and bohemian. I thought he was sexy, stylish and stupid* (“Cosmopolitan”); *Getting to grips with the hottest holdalls* (“GQ”).

Нередки примеры языковой игры с семантикой устойчивых словосочетаний: *to catch the rays as well as some sideways glances; to catch a drink and some rays* (“Vogue”).

На уровне большого синтаксиса заслуживает внимания использование парцелляции: *Chelsea Commons. At its best in summer, the outdoor courtyard offers a relaxing atmosphere and trees. **Yes, trees.*** (“Vogue”); *What’ll keep you warmer than a polar bar in earmuffs? **A pie!*** (“Cosmopolitan”); *James Frey fights back. **Again.*** (“GQ”).

Таким образом, универсальные языковые приемы позволяют вести речь о дискурсе глянцевого журналов как о некоей среде, объединяющей их, несмотря на различия в качественных и гендерных аспектах. Креативность их использования занимает важное место в создании и дальнейшем изучении этого дискурса [Менджерицкая, Ксензенко, Скакунова 2020].

Список литературы

Менджерицкая Е. О. Дискурссфера печатных СМИ : игра на выживание : монография. М. : МАКС Пресс, 2017.

Менджерицкая Е. О., Ксензенко О. А., Скакунова В. А. Language and the Media : Учебное пособие по языку современных англоязычных СМИ. М. : МАКС Пресс, 2020.