

**Жанрово-стилистические особенности глянцевого журналов "Glamour" и "Esquire"**

**Федаева Виктория Алексеевна**

*Студент (специалист)*

Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия

*E-mail: vikfed21@yandex.ru*

Для многих современных людей язык средств массовой информации является достоверным источником, оказывающим значительное влияние на развитие и формирование языковых норм. С одной стороны, данное развитие обусловлено социально-культурным значением женской и мужской речи в языке. С другой стороны, особое влияние лексики женских и мужских издательств на развитие норм наблюдается в распространении и пропаганде языковых особенностей, которые характерны для женской и мужской речи.

Формирование у читателей ощущения причастности к социальной элите, включающей особые мировоззренческие и эстетико-стилистические признаки, является основной целью глянцевого журналов. И потому, отдельное внимание в данных изданиях уделяется стилистике и значению предложения, фразы, слова.

На сегодняшний день большое количество печатных изданий, в том числе и развлекательные журналы, пропагандируют и навязывают читателю конкретный образ жизни. Глянцевые журналы всегда, красочны, просты и аполитичны. Стоит отметить то, что глянцевый журнал это своеобразный противовес нескончаемому потоку негативной информации. Современный человек подвергается прессингу негативных новостей с утра и до позднего вечера, а глянцевый журнал обладает большой отвлекающей силой, уводит человека от серьезных социальных проблем [2].

Проанализировав пять признаков, по которым текст относится к «глянцу», мы пришли к выводу о том, что журналы Glamour и Esquire являются типичными представителями «глянца».

Важной стилевой особенностью языка современных развлекательно-познавательных журналов стала простота [3]. Во - первых, свобода в подаче материала дает возможность увеличить количество читателей, во - вторых, глянцевый журнал является четким показателем падения культурного бэкграунда современного читателя. В статьях глянцевого журналов допускается использование сленговых выражений, разговорной и просторечной лексики.

Исследовав женский глянцевый журнал «Glamour» мы определили, что это уникальный журнал о знаменитостях, красоте и моде для массовой аудитории, где определен лексический ряд, постоянно повторяющий значение гламура, с помощью которого объединяется содержательно-тематическая часть издания.

Необходимо отметить то, что в отличие от английской версии журнала «Glamour», для русского издания типично смешение стилей, которое выражается путем употребления разговорной, просторечной, а также жаргонной лексики. Данная жанрово-стилистическая особенность помогает воспроизведению в тексте реальных ситуаций и созданию иллюзий близости «гламурной» сферы к современной реальности.

С точки зрения лексического наполнения текстов в журнале «Glamour» необходимо отметить изобилие заимствованной лексики, представляющей либо прямые иностранные заимствования в транслитерированной форме (тренд, фэшн, бутик, лайт, мейкап, респект, хепши-энд), либо журналистские окказионализмы, содержащие русский и английский компонент (спецпроект Body&Mind, V-образный), либо англоязычные лексические единицы

без перевода (shopping, beauty, e-mail, touch of pink, love in Paris) [4]. Данная лексика, характерная для «глянца», создает особенный «гламурный» образ журнала для читателя [1].

Одной из главных черт стиля «Glamour» стоит назвать употребление огромного количества эмоционально окрашенных эпитетов в превосходной степени: ультраяркий, сияющий [7]. Данная разновидность эпитетов служит для создания определенного образа, касающегося внешности или предмета.

Эмоциональность характерна для языка СМИ. Мы солидарны с В. И. Карасик в том, что «лингвистически релевантной характеристикой массовой культуры является гипертрофия эмоционального компонента и редукция рационального компонента в вербальных реакциях» [2].

Рынок глянцевого журналов для мужчин не столь обширен, как для женщин, однако и он динамично развивается.

В материалах журнала Esquire обсуждаются темы различного характера - начиная с личностных и заканчивая глобальными. Любая, пусть даже неимоверно заезженная тема интересно раскрывается в нем благодаря игре слов. Авторы, которых приглашает журнал, позволяют себе вставлять в текст нелитературные слова или какие-либо жаргонные выражения. Однако это всегда выглядит весьма уместно и никогда не бывает вульгарным.

Российский вариант журнала «Esquire» не является абсолютной копией американского издания. Прежде всего, это можно проследить по структуре изданий: некоторые рубрики не совпадают, что, впрочем, не мешает американской и русской версии журнала следовать общей идеологии.

Итак, основными рубриками «Esquire» являются: «Письмо редактора» («A Letter From The Editor»); «Правила жизни» («What I Learned»); «Письма» («The Sound & The Fury»); «Красивая женщина рассказывает анекдот» («Funny Joke From a Beautiful Woman»); «Еда» («Eat Like a Man»); «10 вещей, которые следует узнать о женщинах» («A Woman We Love») [6]. В этом случае следует отметить, что рубрики не совсем совпадают. В американской версии это рассказ о знаменитой девушке, которой восхищаются в редакции журнала, в российской - выдержка из ее интервью [6].

Остальные рубрики американского и российского «Esquire» имеют существенные различия, а иные из них и вовсе отсутствуют в своем заокеанском аналоге. Данное обстоятельство, однако, ничуть не нарушает концепцию журнала, так как франчайзинговые модели не были задуманы как абсолютные клоны американского варианта.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что «глянец» нацеливает читателя на определенные формы массового поведения. В текстах глянцевого журналов преобладает легкий стиль изложения и упрощенная подача информации. Жанрово-стилистические особенности глянцевого журнала, обладающие элементами манипуляции и высокой степенью эмоциональности, определяют то, что глянец, несмотря на аполитичность, создает для массовой аудитории определенные ценностные ориентиры.

### Источники и литература

- 1) Буряковская В.А. Глянцевый журнал как феномен массовой культуры: речевое и прагматическое представление / Политическая лингвистика. Выпуск №1 / 2012.
- 2) Карасик В. И. Языковая кристаллизация смысла. - Волгоград: Парадигма, 2010.
- 3) Козлов В. Е. Развлекательный нарратив в паралитературе: культурный статус и дискурсивные практики: автореф. дис. ... д-ра филос. наук / С.- Петерб. гос. ун-т. -

СПб., 2009.

- 4) гламур.ко: <http://www.glamourmagazine.co.uk/>
- 5) эскваер.ком: <http://www.esquire.com/>
- 6) эскваер.ру: <http://esquire.ru/>
- 7) гламур.ру: <http://www.glamour.ru/>