

УДК 811.111'42 + 811.161.1'42 + 81'42
ББК Ч602.471.2:Ш141.23-51 + Ч602.471.2:Ш141.2-51

ТИПОЛОГИЯ СТАТЕЙ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ И РУССКОЯЗЫЧНОЙ ВЕРСИЯХ ИЛЛЮСТРИРОВАННОГО ЖУРНАЛА PSYCHOLOGIES

А.Н. Чернова

Статья посвящена сравнительному анализу видов статей в русскоязычной и англоязычной версиях иллюстрированного журнала *Psychologies*. Составлена типология статей для обеих версий журнала *Psychologies*.

Ключевые слова: медиатекст; иллюстрированный журнал *Psychologies*; жанры публицистики.

Иллюстрированные журналы приобрели большую популярность в России в конце XX века. Многие из них являются русскоязычными версиями англоязычных и франкоязычных изданий. Журнал *Psychologies* был основан во Франции в 1970 году, позже он стал издаваться в России, Китае, Германии, Англии и других странах. В нашем исследовании мы анализируем статьи в англоязычной и русскоязычной версиях данного иллюстрированного журнала.

Статьи иллюстрированного журнала *Psychologies* относятся к медиатекстам. Термин «медиатекст» впервые начал использоваться в англоязычных научных трудах в 90-х годах XX века такими учеными как А. Белл, Т. ван Дейк, М. Монтгомери. В отечественной лингвистике изучению медиатекста посвятили свои работы следующие ученые: Т.Г. Добросклонская, Г.Я. Солганик, В.Г. Костомаров, В.В. Славкин и другие.

Понятие «медиатекст» шире, чем традиционное понятие «текст». Медиатекст представляет собой совокупность текстовых и медийных средств (визуальных образов, музыки, голосовых средств, звуковых эффектов) для выражения конкретного смысла [2]. Следовательно, медиатекст включает в себя не только свойства и характеристики текста в традиционном понимании, но и мультимедиа технологии, чтобы соответствовать требованиям текстов СМИ, к которым относятся не только печатные тексты в газетах или журналах, но и трансляции на телевидении или радио, а также разнообразные мультимедийные материалы в сети Интернет. Рассматривая тексты в иллюстрированном журнале *Psychologies* мы имеем дело с медиатекстом, который представляет собой сочетание визуальных образов и текста.

Т.Г. Добросклонская предлагает классифицировать медиатексты на 4 основные типа по функционально-жанровой принадлежности. Она выделяет:

- новостные;

- информационную аналитику и комментарий;
- текст-очерк или любые другие тематические материалы (публицистику);
- рекламу [2].

В журнальной публицистике можно встретить тексты, соответствующие этим четырем типам. Однако, каждый из типов медиатекста представляется возможным подразделить на виды, в зависимости от подхода: по жанрам публицистики, по источнику информации, по стилю речи, по тематике и по характеру иллюстраций.

По жанрам публицистики. В англоязычной и русскоязычной версиях иллюстрированного журнала *Psychologies* присутствуют заметки, интервью, репортажи, письма, обозрение, очерк, обзор печати и кино, комментарии. В обеих версиях журнала *Psychologies* новостные тексты пишутся в жанре заметок. К публицистике можно отнести интервью с известным актером или актрисой, а также с ученым в гуманитарной области знаний. Тема репортажей касается психологических проблем. Опубликовываются письма нескольких видов: письмо главного редактора, адресованное читателям, а также письма в редакцию, на которые отвечают психоаналитики и психотерапевты. В журнале присутствует обозрение (под обозрением понимается жанр периодической печати, в котором рассматриваются процессы или события, актуальные для современного общества, а также четко прослеживается позиция автора), портретный очерк (в портретном очерке рассматривается личность; чаще всего он представляет собой краткую биографию, описание карьеры или деловых характеристик) и проблемный очерк (предметом проблемного очерка выступает некая проблемная ситуация [3]). К информационной аналитике относится обзор печати и кино, рецензии. Печатаются комментарии по семейным, социальным и другим проблемам. Публикуются рекламные заметки, а также комментарии, содержащие в себе имплицитно выраженное рекламное сообщение.

В отличие от русскоязычной версии в англоязычной версии журнала *Psychologies* публикуются письма в редакцию, в которых читатели выражают свое мнение о предыдущем номере. Ответ на такие письма не печатается. Также присутствуют письма с ответами психологов, психотерапевтов и другие жанры, которые встречаются и в русскоязычной версии (заметки, очерки, интервью, комментарии).

Большую часть текстов обеих версий иллюстрированного журнала *Psychologies* занимают статьи по различным тематикам, например, проблемы семьи, отношений, социальные проблемы. Они составляют 32 % от общего числа текстов. Заметки составляют 23–28 %, а очерки – 13–16 %. Меньшая часть представлена комментариями (10 %), репортажами (4 %), интервью (3 %), письмами (4–8 %).

По источнику информации. Тексты в русскоязычной и англоязычной версии журнала *Psychologies* целесообразно разделить на следующие:

1) переводные (как с английского языка на русский, так и с французского на русский);

2) тексты со схожей тематикой (например, удача рассматривается как явление необъяснимое, приводятся жизненные истории различных людей);

3) оригинальные тексты, авторами которых являются российские (в русскоязычной версии) и британские (в англоязычной версии) журналисты и психологи.

К переводным текстам относятся статьи, обзоры, очерки касающиеся непосредственно психологических проблем и способов их разрешения. Переводные статьи могут встречаться в номерах за разные месяцы в течение года, например, в очерке в номере русскоязычной версии журнала *Psychologies* за сентябрь 2014 года очерк под названием «Мой подросток хороший, а твой – плохой?» является переводом очерка под названием “Can you love other people’s children?” в номере англоязычной версии данного журнала за июнь 2014 года. Большое количество текстов составляют тексты со схожей тематикой, к ним относятся статьи, обзоры, комментарии, заметки. Оригинальные тексты встречаются в любом публицистическом жанре.

По стилю речи. В русскоязычной и англоязычной версиях журнала *Psychologies* присутствуют тексты в публицистическом, научно-популярном, официально-деловом стиле. К публицистическим текстам относятся: репортаж, комментарий, интервью, письмо, рецензия, обзор печати и кино. В научно-популярном стиле в журнале *Psychologies* написаны статьи, обзоры, очерки, касающиеся проблем в семье, на работе, личностных проблем. К официально-деловым текстам относятся новостные и рекламные тексты, так как они характеризуются точностью выражения, наличием клише, устойчивых выражений.

По тематике. Тексты в русскоязычной версии журнала *Psychologies* возможно отнести к различным классам в зависимости от их тематики. Целесообразно выделить следующие тематические классы: психология, социальные проблемы, семья, отношения, ценности, путешествия, стиль (красота), самоанализ (самосовершенствование), кухня. Тема номера может входить в один из перечисленных классов, а может образовывать самостоятельный тематический класс. Анализируя англоязычную версию, к названным классам необходимо добавить такие тематические разделы как работа, домашний уют.

В русскоязычной и англоязычной версиях журнала *Psychologies* по вопросам психологии, проблемам семьи, отношений, социальным проблемам публикуются статьи, обзоры, очерки, репортажи, интервью. Также в обеих версиях есть статьи, посвященные самоанализу и самосовершенст-

вованию. Однако, в то время как в русскоязычной версии информацию про красоту и стиль можно найти в заметках и комментариях, в англоязычной версии данной тематике посвящены целые статьи. Проблемам самосовершенствования и самоанализа отводятся как заметки, комментарии, так и статьи и очерки в обеих версиях. В журнале публикуются рецепты и советы по приготовлению различных блюд. В англоязычной версии этой тематике уделяется больше внимания, пишутся статьи, в то время как в русскоязычной версии рецептам посвящены небольшие заметки.

По характеру иллюстраций. Под рекламные материалы чаще всего отводится целая страница, на которой располагается иллюстрация, занимающая 60–80 % пространства страницы. Рекламный текст, представленный в виде заметки занимает остальные 40–20 %. Текст статей, очерков, обзоров, имеющих большую информативную ценность для данного журнала, сопровождается иллюстрацией, занимающей не более 30 % объема текста.

В русскоязычной и англоязычной версиях журнала *Psychologies* присутствуют тексты в следующих публицистических жанрах: заметка, интервью, репортаж, письмо, обозрение, очерк, обзор печати и кино, комментарий. В русскоязычной версии присутствуют тексты, переведенные как с английского, так и с французского языка. Что касается тематики текстов, такие темы как психология, социальные проблемы, семья, отношения, ценности, путешествия, стиль (красота), самоанализ (самосовершенствование), кухня присутствуют в обеих версиях журнала *Psychologies*. Кроме того, в англоязычной версии журнала также обнаруживаются материалы, посвященные работе и домашнему уюту. Все тексты снабжены иллюстрациями, однако, размеры текста и иллюстративного материала соотносятся по-разному, в зависимости от коммуникативной цели и других причин, которые будут рассмотрены при дальнейшем исследовании.

Библиографический список

1. Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ / Т.Г. Добросклонская. – М.: Флинта, 2008. – 264 с.
2. Тертычный, А.А. Жанры периодической печати: Учебное пособие / А.А. Тертычный. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 320 с.

[К содержанию](#)