

ТЕКСТ И ДИСКУРС: ГАРМОНИЯ VS. АНОМАЛИЯ

УДК 811.134.2'42

Е. А. Булат, В. А. Цыгулёва
Минск, Беларусь

ЭКСПРЕССИВНЫЕ СРЕДСТВА ОРГАНИЗАЦИИ ИСПАНОЯЗЫЧНОГО МЕДИА-ДИСКУРСА МОДЫ

В статье рассматриваются языковые средства экспрессии дискурса моды на различных языковых уровнях. Яркой особенностью испанских fashion-текстов является частое использование речевых фигур с целью усиления выразительности высказывания и управления эмоционально-оценочным отношением адресата сообщения к коммуникативной ситуации. В рассмотренных текстах наблюдается высокочастотное использование троп и синтаксических конструкций, придающих тексту выразительность и определяющих его функционально-прагматические характеристики. Помимо стилистических персуазивных средств рассматриваются сленговые выражения, служащие сокращению дистанции между адресантом и адресатом сообщения.

К л ю ч е в ы е с л о в а: дискурс моды, языковые средства выражения, аффективы, синтаксические приёмы, персуазивные средства, сленг, коннотация.

E. A. Bulat, V. A. Tsyhuliova
Minsk, Belarus

EXPRESSIVE MEANS OF ORGANIZING THE SPANISH-LANGUAGE MEDIA DISCOURSE OF FASHION

The article discusses the linguistic means of expressing fashion discourse at various language levels. A striking feature of Spanish fashion texts is the frequent use of speech figures in order to enhance the expressiveness of the utterance and manage an emotional and evaluative attitude of the message recipient to a communicative situation. In the considered texts, one can notice a high-frequency use of tropes and syntactic constructions that add more expressiveness to the text and determine its functional and pragmatic characteristics. Slang expressions that serve to reduce the distance between the addressee and the addressee of the message are considered in the texts in addition to stylistic persistent means.

Key words: fashion discourse, linguistic means of expression, affections, syntactic techniques, persuasiveness, slang, connotation.

В fashion-сфере, как и в любой другой, существует свой язык, имеющий особенности в организации и функционировании, рассчитанные на повышение рейтинга модных изданий. Представляется плодотворным для лингвопрагматики анализ текстов fashion-сфере на разных языковых уровнях: морфологическом, синтаксическом, лексическом. Целью нашего исследования явились лексико-синтаксические характеристики языка испанских глянцевого журналов о моде. Анализ лексического наполнения текстов о моде проводился нами на материале испаноязычных выпусков глянцевого журналов

«Vogue», «Glamour», «GQ», «Pasarela» и электронного ресурса «Telva». При этом важно отметить, что в Испании глянцевого журналы носят название *revista femenina de alta gama* ‘женские журналы’.

Яркой особенностью испанских fashion-текстов является частое использование речевых фигур с целью усиления выразительности высказывания и управления эмоционально-оценочным отношением адресата сообщения к коммуникативной ситуации. В рассмотренных текстах наблюдается высокочастотное использование троп, придающих тексту выразительность. Рассмотрим примеры наиболее употребительных средств создания экспрессии, выявленных нами в изданиях испанских глянцевого журналов.

Среди экспрессивных средств построения текстов глянцевого журналов выделяются аффективы, представленные эпитетами в роли эмоциональных усилителей: *Deja paso a una mirada más luminosa y radiante*. ‘Уступите место более яркому и сияющему образу’ [Vogue]; *Pestañas perfectas sin compromisos*. ‘Идеальные ресницы без компромиссов’ [Vogue]; *Un envase radicalmente chic y elegante con la firma Givenchy*. ‘Шикарная и элегантная упаковка от фирмы Givenchy’ [Vogue]; *Un brillo de lujo para unos labios sensuales*. ‘Роскошный блеск для чувственных губ’ [Vogue]; *Sombras de ojos, labiales, cremas y perfumes se impregnan de la delicadeza y serenidad que transmite esta elegante paleta cromática*. ‘Тени для век, помады, кремы и духи пронизаны нежностью и безмятежностью, которые передает эта элегантная цветовая палитра’ [Vogue].

В ходе анализа были также выявлены частые случаи использования метафоры как эффективного инструмента создания модного и привлекательного образа покупателя: *Pendientes, colgantes, pulseras y charms sintetizan la ironía presente en los diseños de Miuccia Prada*. ‘Серьги, подвески, браслеты и подвески воплощают иронию, присутствующую в дизайне Миучча Прада’ [Vogue]; *Revolución antiedad*. ‘Антивозрастная революция’ [Vogue].

Приведем примеры использования олицетворения как приема навязывания определенного отношения к содержанию рекламных сообщений: *Los patrones asimétricos rebajan la línea del escote*. ‘Асимметричные узоры подчеркивают линию декольте’ [Vogue]; *Los bajos de las faldas estivales se desploman casi hasta rozar el suelo*. ‘Низ летних юбок рухнул почти до пола’ [Vogue].

Типичным средством персуазивной стратегии в fashion-сфере является гипербола, призванная формировать в сознании адресата гипертрофированный образец сверхмодного внешнего вида субъекта: *Con matices beis, ‘camel’ o rosa empolvado, la infinita gama de tonos cálidos inspira tanto los pigmentos del maquillaje como los envases cosméticos* [Vogue, с. 116]; *Ponerse en forma en cuatro MINUTOS. Ejercicios que optimizan y minimizan el tiempo que pasas en el gimnasio*. ‘Привести себя в форму за четыре МИНУТЫ. Упражнения, которые оптимизируют и минимизируют время, проведенное в тренажерном зале’ [Vogue]; *Hasta un 300 % más de volumen*. ‘Увеличение объема на 300 %’ [Vogue].

В свою очередь, метонимия служит ярким экспрессивным средством активизации внимания адресата для выделения в тексте наиболее значимых смысловых компонентов: *Fendi suma un nuevo bolso a su ya extenso catálogo*. ‘Fendi добавляет новую сумку в свой и без того обширный каталог’ [Vogue]; *El vestido mariposa de Inés Domecq o la tendencia MÁS Letizia vista en la boda de Belén Corsini*. ‘Платье-бабочка от Инес Домек или САМЫЙ модный тренд Летиции на свадьбе Белен Корсини’ [Telva].

В силу своей ярко выраженной прагматической направленности публицистический стиль стремится к лаконичности подачи информации в рамках персуазивной коммуникации, что достигается за счет следующих синтаксических приемов:

- инверсия: *gana importancia la piel para diferenciarse*. ‘Приобретает большее значение кожа, позволяющая выделиться среди других’ [Vogue];
- риторические вопросы: *¿Aún no has decidido el color de tu guardarropa de verano? Siéntase libre de elegir tonos brillantes de amarillo y gris metálico. En ese caso, ¿estarás de moda este verano!* ‘Еще не определились с цветом своего летнего гардероба? Не стесняйтесь выбирать яркие оттенки желтого и металлического серого. В таком случае, этим летом вы будете в моде!’ [Glamour];
- эллипсис: *Cada mujer lo lleva a su manera* ‘Каждая женщина носит это по-своему’ [Vogue];
- парцелляция: *Energiza. Ilumina. Alisa*. ‘Питает. Сияет. Разглаживает’ [Vogue];
- оксюморон: *Joven, pero muy maduro*. ‘Молодой, но очень взрослый’ [GQ, с. 162].

Анализ источников номинации в рассматриваемой fashion-сфере позволил выявить тот факт, что в испанском языке сфера моды изобилует словами французского происхождения, которые прошли определенные стадии ассимиляции и являются официально принятыми испанской Академией: *moda* ‘мода’, *boga* ‘мода’, *modelo* ‘модель’, *desfile* ‘дефиле’, *boutique* ‘бутик’, *chic* ‘шик’, *chal* ‘шаль’, *chaqueta* ‘жакет’, *pantalón* ‘штаны’, *bikini* ‘купальник’, *blusa* ‘блузка’, *boina* ‘берет’, *batista* ‘батист’, *chándal* ‘спортивный костюм’ и т.д. Это объясняется историческим прошлым Франции как законодательницы моды, начиная с XVIII века. На сегодняшний момент наблюдается также широкое распространение англицизмов в языке испанских масс-медиа как следствие идеализации американского образа жизни и повышенным интересом к американской культуре, в том числе к моде. Это такие лексические единицы, как *esmoquin* ‘смокинг’, *esponja* ‘махровая ткань’, *cardigan* ‘кардиган’, *leggings* ‘лосины’, *patchwork* ‘лоскутное одеяла’, *stretch* ‘стрейч’, *oversize* ‘орверсайз’, *grunge* ‘гранж’, *gloss* ‘блеск’, *outfits* ‘костюм’, *lifting* ‘лифтинг’ и т.д. Использование заимствований в данном случае можно объяснить стремлением редакторов модных статей придать экспрессивность и выразительность тексту.

Помимо стилистических персуазивных средств, выделяют также средства диалогизации и интимизации изложения, способствующие установлению контакта, сокращению дистанции между адресантом и адресатом сообщения. Этой цели служат разговорная лексика, сленговые выражения, создающие ощущение легкого и дружественного общения с читателем модного журнала. Приведем примеры функционирования сленговых единиц фешн-текстов с сильным воздействующим потенциалом:

- *Πορ θυ/ λοσ ποπεσ εστ(ν ενγανχηαδοσ αλ πινταγε?* [Телπα].

- *5 φορμασ μολονασ δε λλεπαρ υνα ρι)ονερα.* [Телπα].

- *7 λοοκαζοσ θυε πνεδεσ ηαχεрте χον υнаσ ζαπατιλλασ δεποртиπα σ βλανχασ.* [Телπα].

Последний пример иллюстрирует использование увеличительного суффикса *-azo* в не ассимилированном заимствовании из английского языка (*look*) с целью создания гипертрофированного эффекта потрясающего образа покупателя спортивной обуви. Подобное использование суффикса можно наблюдать и в других примерах: *modelazo, estilazo*.

Таким образом, журнал о моде отличается не только огромным количеством ярких иллюстраций, но и искусным применением различных лингвистических приемов, которые позволяют делать fashion-статьи броскими и запоминающимися.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гапутина В. А. Средства речевого воздействия в современном медиадискурсе моды (на материале глянцевого журнала) // Медиариторика и современная культура общения: наука–практика–обучение : сб. ст. XXII Междунар. науч. конф. / Гос. ин-т рус. яз. им. А. С. Пушкина. М., 2019. С. 55–60.
2. Лёгкая М. С. Дискурс моды как объект изучения в лингвистике // Проблемы науки. 2018. № 4 (28). С. 106–108.
3. Morillo C. Una tradición a la moda: El traje de flamenca [Electronic resource] // el blog de la Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico. 2018. URL: <https://www.juntadeandalucia.es/cultura/blog/una-tradicion-a-la-moda-el-traje-de-flamenca/> (accessed: 11.04.2021).
4. Neumikavin V. Historia de la Moda: Siglo XX: Cambios en la Imagen y Silueta Femenina [Electronic resource] // Imagen de Mujer. 2017. URL: <https://imagedemujer.com/historia-de-la-moda-siglo-xx/> (accessed: 11.04.2021).
5. Telva. Revista de moda y belleza [Electronic resource]. URL: <https://www.telva.com> (accessed: 14.04.2021).
6. Vogue [Electronic resource]. URL: <https://www.vogue.es> (accessed: 14.03.2021).

Елена Адамовна Булат
кандидат филологических наук, доцент, зав.кафедрой лексикологии испанского языка
УО «Минский государственный лингвистический университет»

Вероника Александровна Цыгулёва
магистрант, УО «Минский государственный лингвистический университет»

Elena A. Bulat
PhD in Philology, Associate Professor, Head of the Department
of Spanish Lexicology Minsk State Linguistic University
elenabulat@mail.ru

Veronika A. Tsyhuliova
MA student, Minsk State Linguistic University
v.tsyhuliova@mail.ru