

**Моделирование дискурса моды
как метод лингвистического описания
профессиональной коммуникации**

Интерес к изучению профессиональной коммуникации с точки зрения лингвистики сегодня находится на этапе активного роста. Это не удивительно, так как профессиональное общение отражает глубинные процессы, которые происходят в рамках того или иного профессионального института, и являются ключом к интерпретации как прагматических, так и когнитивных особенностей речемыслительной деятельности участников коммуникации. Как пишет О.В. Александрова, сегодня на первое место выходит «понятие дискурса как основной составляющей в изучении языковых явлений широкого спектра» [1: 24]. Более того, «дискурс может быть представлен не только как определенный философско-лингвистический феномен, но и как методологический аппарат, применимый к анализу социальных процессов и явлений современного общества, как один из методологических принципов рассмотрения тех явлений и форм человеческой цивилизации, которые ее образуют» [6: 23]. В связи с этим представляется, что изучение дискурса моды как системы особых текстов, связанных с экстралингвистическими феноменами, призвано пополнить существующую теоретическую базу о профессиональной коммуникации, и может быть достигнуто путем построения лингво-когнитивной модели данного дискурса.

Определяя место дискурса моды среди других видов общения, мы обращаемся к классификации В.И. Карасика, который совершенно обо-

снованно выделяет два основных типа дискурса: персональный (лично-ориентированный), и институциональный. Согласно данной классификации, в момент речи говорящий может представлять только себя со всем многообразием своего внутреннего мира, или же строить высказывание в качестве представителя определенного социального института [5: 5]. Во втором случае, когда хотя бы один из коммуникантов принадлежит определенному профессиональному сообществу и осуществляет общение именно как его представитель, можно говорить о большом разнообразии различных видов институционального дискурса. Сюда же, по нашему мнению, относится и дискурс моды.

Дискурс моды, как и другие разновидности институционального дискурса, представляет собой общение в рамках статусно-ролевых отношений [4: 202]. К статусно-ролевым отношениям вообще можно отнести, к примеру, взаимодействие между родителем и ребенком, начальником и подчиненным, врачом и пациентом, судьей и подсудимым, учителем и учеником, и т.д. Такие факторы, как позиция человека в социальной структуре общества и функции, которые он выполняет в соответствии со своим статусом, не только оказывают влияние на подбор языковых средств, но и предопределяют в той или иной мере исход акта коммуникации. В рамках дискурса моды можно говорить о наличии у коммуникантов, как правило, статуса профессионала (представителя института моды: дизайнера, фотографа модной индустрии, журналиста из сферы моды и т.д.), и статуса потребителя индустрии моды (читатель модного журнала, телезритель, интернет-пользователь, ведущий блог о моде, и т.д.).

Далее, как отмечает В.И. Карасик, основным отличием институционального дискурса от персонального является трафаретность общения [5: 7]. Именно трафаретность общения позволяет адресанту или свидетелю коммуникации идентифицировать и соотносить общение с определенным социальным институтом, поскольку такая шаблонность предполагает употребление определенных повторяющихся моделей коммуникации с легко узнаваемыми речевыми оборотами, клише, специфичными для данного вида дискурса лексико-грамматическими языковыми средствами. Трафаретность дискурса моды как одна из характеристик институционального дискурса может быть проиллюстрирована на следующем примере:

Morpho + Luna makes traditional nightwear that's so well cut, it can pass as daywear. It's the sophisticated kind of winter hibernating attire one seeks, but never knows where to find. The London-based company was founded by two Italians, Cécile Gavazzi Daccò and Carola Botto Poala Voli,

who understand the importance of good tailoring. The linen and wool flannel dressing gowns have a cult following; these are also available for gents. Monogramming is available. Lord and Lady Grantham would approve [8].

Уже при ознакомлении с первым предложением данного фрагмента становится ясно, что перед нами текст, принадлежащий дискурсу моды. Судить об этом можно по лексическому наполнению высказывания и трафаретной модели подачи информации. Так, из приведенного выше текста адресат узнает не только об определенной одежде (*nightwear*), но и о многочисленных характеристиках, присущих ей: *well cut, can pass as daywear, sophisticated kind of winter hibernating attire, good tailoring, linen and wool flannel dressing gowns, monogramming is available*. Описание материальных и нематериальных свойств одежды в деталях – это отличительная черта текстов дискурса моды. Прагматической целью такого языкового наполнения является создание определенного положительного образа для артефакта моды в сознании индивида. Рекламная составляющая данного фрагмента также является трафаретным элементом текстов дискурса моды, ведь коммуникативная задача заключается не только в том, чтобы заинтересовать адресата, но и побудить его к действию – покупке изделий того или иного бренда. Более того, закономерным для данного вида дискурса является обращение к категории авторитетности. Актуализация категории авторитетности, которая находит подтверждение в тексте в виде дискурсивных маркеров авторитетности (*Lord and Lady Grantham would approve*), выполняет функцию воздействия.

Таким образом, статусно-ролевой характер отношений между коммуникантами и трафаретность общения являются признаками институционального дискурса в целом, и дискурса моды в частности.

На наш взгляд дискурс моды также является разновидностью профессионального общения – общения, опосредованного институтом, в рамках которого как минимум один из участников обладает особым специализированным знанием. Профессиональный дискурс может быть определен по ряду конститутивных признаков, таких как профессионально осмысленная предметная сфера, инструментарий, профессиональные оценки качества работы, профессиональная самопрезентация [3: 146].

В дискурсе моды предметной сферой выступает наличие специализированного профессионального знания у, по крайней мере, одного из участников коммуникации. Именно детальное знание в той или иной сфере отличает профессионала от непрофессионала [3: 146].

Дискурс моды имеет и собственный инструментарий. Подобно

тому, как для врача инструментом является диагностика заболевания, для профессионала дискурса моды инструментом является выявление дополнительного смысла, которым обладает одежда, а также подробное описание разного рода параметров, которые присущи ей (см. пример выше).

Неотъемлемой частью дискурса моды и еще одним параметром профессионального дискурса выступает профессиональная оценка. Дискурсу моды присуща как эксплицитная, так и имплицитная оценка артефактов моды, проявляющаяся в виде ценностных концептов, оценочных предикатов и ценностных речевых стратегий.

Наконец, критерий профессиональной репрезентации реализуется в тексте в виде позиционирования себя как обладающего ценным знанием, успешного, опытного представителя профессиональной области по отношению к другому профессионалу или клиенту/адресату. Так, в приведенном выше примере стратегия профессиональной самопрезентации выражается в виде фразы *It's the sophisticated kind of winter hibernating attire one seeks, but never knows where to find*. Очевидно, что обыватель не обладает достаточной информацией для того, чтобы найти необходимую желаемую вещь, в то время как адресант предоставляет такую возможность, в связи с тем, что он обладает необходимым профессиональным знанием.

Таким образом, дискурс моды является разновидностью профессионального дискурса, опосредованного институтом моды. Изучение профессионального дискурса и дискурса моды, в особенности, представляется нам важным направлением современной лингвистической науки. Соответственно, на первый план выходят методы описания дискурса, и критерии, которые могут лежать в основе этого описания. Предлагаем следующую модель описания дискурса моды, состоящую из ряда слотов, куда входят участники коммуникации, хронотоп, система жанров, которые репрезентируют дискурс моды, текст, который отражает ключевые концепты, речевые стратегии профессионального взаимодействия, дискурсивные формулы, характерные для института моды [2: 22]. Проанализируем особенности языковой актуализации перечисленных компонентов, на основе которых можно описать институциональный дискурс моды:

2013 Oscar Dresses: What We Want to See the Nominees Wear on the Red Carpet. Amy Adams in Gucci Pre-Fall 2013.

“Amy should go all Veronica Lake at the Oscars: bombshell hair worn on one side and a quietly seductive noir Gucci gown with matching cuffs on each of her wrists. The mirroring accessories is a style move that’s worked on everyone from Coco Chanel to Sofia Coppola.” [7].

Участниками общения в приведенном выше фрагменте дискурса является коммуникативная диада «профессионал-обыватель». Адресат сообщения – это представитель института моды, обладающий специфическим профессиональным знанием, второй, адресант, – это читатель (в данном случае модного журнала), который обращается к советам журналистов модной индустрии для получения определенных советов/интересующей информации.

Задаваемый социальным институтом хронотоп в приведенном примере отражает процесс производства, существования и продвижения моды за определенное время в конкретном месте [2: 22]. Вербально это находит реализацию в виде фразы *The mirroring accessories is a style move that's worked on everyone from Coco Chanel to Sofia Coppola* – модный совет, который дается автором текста, по его мнению, успешно прошел испытание временем, то есть мода происходит не только здесь и сейчас, но уходит корнями в традицию или отсылает читателя к опыту предыдущих поколений. Хронотоп в данном фрагменте дискурса заключается, таким образом, в преемственности моды.

Коммуникация о моде невозможна без обращения к специфичным для данного вида общения концептам, в том числе и ценностным. Так, в данном примере вербализуется концепт «style» («стиль»): *bombshell hair; a quietly seductive noir Gucci gown – a style move*. Концепт «стиль» является одним из наиболее актуальных ценностных концептов дискурса моды, свидетельством важности которого в данном примере является фраза *that's worked on everyone from Coco Chanel to Sofia Coppola*.

Стратегии и жанры дискурса моды обусловлены самим институтом моды, находятся в неразрывной связи с целями дискурса моды и направлены на оказание воздействия на адресата. Так, в приведенном выше примере реализуется коммуникативная стратегия наставления/просвещения. Вербально это обнаруживается через фразы: *Amy should go all Veronica Lake at the Oscars, bombshell hair worn on one side, Gucci gown with matching cuffs on each of her wrists*. Адресат (редакция журнала) берет на себя функцию модного советчика не только для простых женщин-потребительниц, но и для звезд. Тем самым, они подчеркивают свое умение делать правильный выбор, достойный внимания представительниц кино- и музыкальной индустрии – вывод, который следует из анализа заголовка приведенного фрагмента (*What We Want to See the Nominees Wear on the Red Carpet*). Жанровая специфика данного примера актуализуется в виде жанра «статья-совет читателю»: автор сообщения в эксплицитной форме дает совет популярной личности, в то же время обращаясь и к читателю модного журнала. Дискурсивные формулы, позволяющие отнести текст к определенному дискурсу, переключаются с

описанной выше характеристикой институционального дискурса – графаретностью общения. Детализированное описание артефактов моды, присутствие названий марок и брендов, подробное описание внешности человека, реализация категории авторитетности, использование модально-оценочных предикатов, обозначающих долженствование и возможность, и другие вербальные маркеры позволяют практически безошибочно судить о том, что текст относится к сфере моды.

Подводя итог всему сказанному, мы склонны полагать, что дискурс моды представляет собой сложное явление, заслуживающее пристального внимания лингвистов. Коммуникация о моде, генерируемая представителями индустрии моды для профессионалов или обывателей, относится к профессиональному типу общения, и разворачивается в рамках институционально обусловленного контекста. Описание дискурса моды, на наш взгляд, может быть успешно реализовано путем построения модели, включающей ряд четко-различимых слотов, которые имеют характерное институциональное языковое воплощение, а именно это – участники коммуникации, хронотоп, ключевые концепты, речевые стратегии, система жанров, текст, содержащий дискурсивные формулы. Все это составляет основу для описания дискурса моды и обусловлено внутренними коммуникативными правилами института моды.

Библиографический список

1. Александрова О.В. О некоторых методах когнитивно-дискурсивного анализа // Когнитивные исследования языка; гл. ред. серии Н.Н. Болдырев. М.: Ин-т языкознания РАН; Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2008. Вып. XX: От когнитивной лингвистики к когнитивному терминоведению: сборник научных трудов; отв. ред. вып. Л.А. Манерко. С. 23-30.
2. Аракелова А.Р. Дискурс моды как объект лингвистического моделирования // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 10 (40): в 3-х ч. Ч. II. С. 21-24.
3. Бейлинсон Л.С. Профессиональный дискурс как предмет лингвистического изучения // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. № 1 (9). Волгоград: Издательство ВолГУ, 2009. С. 145-149.
4. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
5. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5-20.
6. Ширяева Т.А. Когнитивное моделирование институционального делового дискурса: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19. Краснодар, 2008. 51 с.
7. Glamour.com. URL: <http://us.glamour.com/fashion/2013/02/2013-oscaredresses-what-we-want-to-see-the-nominees-wear-on-the-red-carpet#slide=18> (дата обращения: 02.08.2013).
8. Vanity Fair.co.uk. URL: <http://alist.vanityfair.co.uk/morpho-luna-6330/> (дата обращения: 20.09.2014).