Ирина Сергеевна ПИТИМКО

Зинаида Борисовна СТЕПАНОВА

ЯЗЫКОВАЯ СПЕЦИФИКА ДИСКУРСА МОДЫ В ЯПОНСКИХ ЖУРНАЛАХ

В данной статье авторы рассматривают языковые особенности дискурса моды в японских журналах. Исследуется лексическая реализация понятия «одежда-описание» в пространстве журнального дискурса. Для журнала специфично широкое употребление ономатопоэтической лексики, заимствованных слов в рамках публицистического стиля – гайрайго, графостилистических приемов и создание новых слов.

Ключевые слова: *дискурс моды, публицистика, журнальный дискурс, японский язык, японский журнал, мода.*

Irina S. PITIMKO

Zinaida B. STEPANOVA

LANGUAGE SPECIFICITY OF DISCOURSE FASHION IN JAPANESE JOURNALS

In this article, the authors consider the language features of fashion discourse in Japanese magazines. The lexical implementation of the concept of "clothing-description" in journal discourse is investigated. For the journal, the specific use of onomatopoetic vocabulary, borrowed words — gairaigo, graf-stylistic techniques and the creation of new words — is specific.

Keywords: *fashion discourse, publicism, magazine discourse, Japanese language, Japanese magazine, fashion.*

Модные глянцевые журналы, посвященные моде и красоте, играют в современной fashion-индустрии огромную роль. На их страницах представлены последние косметические новинки, репортажи с самых модных фотосессий, показов мод ведущих мировых домов моды и много другого. Выступая в роли диктатора новых тенденций, они вызывают у своей аудитории чувство сопричастности к миру роскоши и глянца. Научно-популярный характер журнального дискурса предполагает диалог читателя с автором. Он не только информирует адресата, но и воздействует на него, формируя сезонные предпочтения.

В современной лингвистике существуют различные определения понятия дискурса. Н. Д. Арутюнова определяет дискурс как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, текст, взятый в понятийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий

во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах)» (Арутюнова, 1998: 136-137).

Павлушкина Н. А. под дискурсом журнала понимает определенный текст, который актуализируется в конкретной ситуации, связанный с некоторым событием в одном и том же времени и пространстве. Отличием журнального дискурса является его динамичность, диалогичность, открытость (Павлушкина, 2010: 254).

В рамках предпринятого исследования были рассмотрены особенности дискурса моды в японских женских и мужских модных журналах. Японская эстетика моды имеет совершенно иное восприятие и прочтение понятий красоты и моды, что конечно находит свое выражение и на вербальном уровне. В модных журналах для описания одежды разграничивают такие понятия, как «одежда-образ» и «одежда-описание». «Одежда-образ» представлена в виде фотографий и других изображений, а «одежда-описание» представлена на вербальном уровне (Барт, 2003: 512).

Характерной чертой японских модных журналов является разнообразная лексика. Мы рассмотрим понятие «одежда-описание» на лексическом уровне. В японских журналах часто встречается описание одежды, которое создается с помощью ономатопоэтических слов. Ономатопоэтические слова японского языка, по мнению Н.И. Конрада, «дают представление о чём-нибудь в виде живого образа, т.е. пополняют понятийное содержание речи образным. Это может касаться самых различных сторон восприятия» (Конрад, 1937: 375).

В японских журналах мы можем встретить частое использование ономатопоэтики, которая является одной из особенностей экспрессивно-эмоциональной лексики японского языка. Например, うるうるブラウン (ururu buraun) – «влажный коричневый»; もこもこソックス (mokomoko sokkusu) – «мягкие носки»; プチプチのカラータートル (puchipuchi no karaataatoru) – «кофта с пузырчатой расцветкой»; ふわふわニット (fuwafuwa nitto) – «пушистая вязаная кофта».

Использование ономатопоэтических слов позволяет более экспрессивно и детально донести до читателя описание одежды. Интересно, что в примерах: もこもこなボア (mokomokona boa) – «мягкое боа»; ぶかぶかなスエット (bukabukana suetto) – «мешковатый свитер»; ономатопотические слова использованы в функции прилагательного с присоединением окончания (- な)–na, что нехарактерно для данного пласта лексики.

Также описание одежды осуществляется с помощью различных определений, представленных не только обычными прилагательными и определениями (可愛いルームウェア (kawaii rūmuuea) – «милая домашняя одежда»; 爽快な白Ｔシャツ (sōkaina shiro tīshatsu) –

«освежающая белая футболка»; 古着のような味わい深さがあるバイカラーのプレーンな色味 (furugi no yōna ajiwaibuka-sa ga aru baikarā no purēn'na shikimi) – «двухцветный простой цвет со вкусом старой одежды»;), но и заимствованными словами – гайрайго, например,リアル夏服(riaru natsufuku) – «настоящий летний костюм»; ビッグシルエットTシャツ(biggu shiruetto tīshatsu) – «футболка большого силуэта»; ルーズシルエットTシャツ (ruuzu shiruetto tīshatsu) – «футболка свободного силуэта».

Исходя из данных примеров, можно выделить следующие особенности лексики: использование в роли определения ономатопоэтических слов, заимствованных слов – гайрайго и широкое употребление прилагательных. Выбор слов при описании одежды обуславливается одной из функцией журнального дискурса – функцией воздействия на читателя. Экспрессивно-эмоциональная лексика, используемая в журналах, придает не только красочность слову, но и влияет на читателя при выборе одежды.

Помимо использования ономатопоэтики, гайрайго и различных прилагательных, мы можем встретить употребление слов, которые относятся к графостилистике.

№	Графостилистические приемы	Примеры
1	Использование английского слова	1. がんばりすぎは **NO.** Ganbarisugiwa NO. Не переусердствуй 2. 無理なダイエットは **NO**. Murina daietto wa NO. Нет бесполезным диетам 3. **BIG** サイズ. BIG saizu. Большой размер 4. **All** 白でサラッと着る. ALL shiro de saratto to kiru. Одеть все белое
2	Преобразование заимствованного слова из одной части речи в другую при помощи японских словообразовательных слов и суффиксов.	1. **UP** する. UPsuru. Повышать 2. **HOT** な人. HOTna hito. Горячий человек 3. **PINK** っぽ. PINKppo. Розоватый оттенок
3	Вариантное написание слов	1. オトナ Otona. Взрослый 2. 今アツい. Ima atsui. Сегодня жарко 3. おしゃれなコ. Osharena ko. Модная девушка. 4. ハヤリモノ. Hayari mono. Модные тренды

Приведенные выше выражения являются яркой иллюстрацией графической стилистики или графостилистики. Данная дисциплина занимается изучением языковых средств, существующих только на письме и не имеющих параллелей в звучании (Маевский, 2000: 19). Она

изучает языковые средства, которые функционируют исключительно при зрительном восприятии текста и утрачиваются в случае его перекодировки в звуковую форму. Реализация графической стилистики осуществляется с помощью вариантного написания слов (при одном и том же их произношении), вкрапление иноязычных слов в предложения или словосочетания. Под вариантным написанием слов в японском языке мы понимаем нарушение нормативности, то есть переключение при письме хираганы в катакану и, наоборот, катаканы в хирагану, а также их смешение в одном предложении.

Эмоции, которые складываются с помощью графостилистики, определяют дальнейший интерес читателя к журналу, поэтому здесь важно вызывать только светлые и радостные эмоции. Данное явление занимает ключевое место в модном дискурсе японских журналов.

Следующим языковым явлением, рассматриваемого в рамках журнального дискурса, является использование специально созданных слов. Под специально созданными словами мы понимаем слова, которые были придуманы в рамках специальной сферы употребления. Например, в рамках дискурса моды было создано много новых слов, которые используются при описании одежды:

ワンとーン (wantoon) – «один тон»;

カラーダウン (karaa daun) – «менять цвет на один тон ниже»;

メンズライクな (menzuraikuna) – «одежда, похожая на мужскую»;

ワークな (waakuna) – «одежда, похожая на рабочую форму»;

今っぽ (imappo) – «то, что сейчас в моде»;

イマドキ(imadoki) – «то, что относится к последним трендам»;

キーカラー (kii karaa) – «ключевой цвет»;

シャツをイン (shatsu o in) – «заправлять рубашку»;

バイカラー (bai karaa) – «использование двух цветов».

Данные слова создаются при слиянии двух разных слов с двумя разными значениями. Данное языковое явление также относится к особенностям модного дискурса японского журнала.

Рассмотренные примеры понятия «одежда описание» в модном дискурсе японских журналов иллюстрирует выраженную экспрессивную тональность слов, которые состоят из ономатопоэтической лексики, заимствованных слов – гайрайго и различных прилагательных. Кроме того, установлено широкое использование различных графостилистических приемов и создание новых слов. Глянцевый журнальный дискурс диктует обществу определенную эстетику, поэтому выбор его тем, иллюстративное оформление и служат витриной для манипулирования сознанием масс, формируя в своих коллекциях перспективу сочетания западной и восточной эстетик.

Список литературы:

Арутюнова Н. Д. Дискурс // Большой энциклопедический словарь. Языкознание. – М., 1998. – С. 137.

Барт Р. Система Моды. Статьи по семиотике культуры / пер. с фр., вступ. ст. и сост. С. Н. Зенкина. – М., 2003.

Конрад Н.И. Синтаксис японского национального литературного языка. – М.: Издательское товарищество иностранных работников в СССР, 1937.

Маевский Е.В. Графическая стилистика японского языка. – М.: ИД «Муравей-Гайд», 2000.

Павлушкина Н. А. Читатель и массовая газета: поиск креативных форм взаимодействия. – М., 2010.

Питимко Ирина Сергеевна – студентка, Институт зарубежной филологии и регионоведения, Северо-Восточный Федеральный Университет им. М.К. Аммосова (г. Якутск), *irina.pitimko@mail.ru*

Степанова Зинаида Борисовна – старший преподаватель кафедры восточных языков и страноведения, Институт зарубежной филологии и регионоведения, Северо-Восточный Федеральный Университет им. М.К.Аммосова (г.Якутск), *zbstepanova@mail.ru*