

Ткаченко Карина Анатольевна, Банщикова Мария Александровна

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКАЯ ФОРМУЛА СОЗДАНИЯ ФЭШН-ТЕКСТА

Текст о моде, являющийся составной частью дискурса моды, рассматривается в статье как область направленного воздействия на адресата с целью изменения взглядов и установок последнего. Гипотезой данного исследования служит идея о том, что, как явление прагматического характера, фэшн-текст обнаруживает определенные совокупности речевых актов, использование которых делает возможным достижение автором перлокутивного эффекта наиболее быстрым способом. В фокусе данного исследования, таким образом, оказывается дискурсивное событие текста о моде как цепь речевых актов, служащих достижению общей установки текста о моде - информированию и побуждению.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2017/12-3/49.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 12(78): в 4-х ч. Ч. 3. С. 175-179. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2017/12-3/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

11. **Dictionnaire Larousse** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais> (дата обращения: 09.09.2017).
12. **Foenkinos D.** Charlotte. P.: Gallimard, 2014. 221 p.
13. **Germain S.** Nuit-d'Ambre. P.: Gallimard, 1987. 431 p.
14. **Giry-Schneider J.** L'article zéro dans le lexique-frammaine des noms prédictifs // Langages. 1991. № 102. P. 23-35.
15. **Grevisse M., Gousse A.** Le bon usage. Grammaire française. 4-e éd. P.: De Boeck Duculot, 2008. 1600 p.
16. **Gross G., Valli A.** Déterminant zéro et verbes supports en moyen français et en français moderne // Langages. 1991. № 102. P. 36-51.
17. **Guillaume G.** Le problème de l'article et sa solution dans la langue française. P.: Hachette, 1919. 319 p.
18. **Guillaume G.** Leçons de linguistique. 1956-1957. Québec – Lille: Les presses de l'Université Laval; Presses universitaires de Lille, 1982. 309 p.
19. <http://madame.lefigaro.fr/beaute/shiseido-fait-ecole-2168> (дата обращения: 11.09.2017).
20. http://www.liberation.fr/france/2017/08/15/contre-les-violences-gynecologiques-la-lutte-prend-corps_1590109 (дата обращения: 11.09.2017).
21. **Le Petit Larousse illustré.** P.: Larousse, 2009. 1889 p.
22. **Lemaître P.** Au revoir là-haut. P.: Albin Michel, 2013. 620 p.
23. **Leroy G.** Alabama Song. P.: Mercure de France, 2007. 190 p.
24. **Moore Ch.** Sacré bleu (traduit de l'américain). P.: Equateurs, 2015. 447 p.
25. **Ndiaye M.** Trois femmes puissantes. P.: Gallimard, 2009. 317 p.
26. **Rolin O.** Baïkal – Amour. P.: Paulsen, 2017. 192 p.
27. **Valli A.** A propos de la notion de locution verbale: Examen de quelques constructions à verbe support en moyen français // Langue française. 2007. № 4 (156). P. 45-60.

ON THE PROBLEM OF A ZERO ARTICLE IN VERBAL-NOMINAL COMBINATIONS OF THE MODERN FRENCH LANGUAGE

Tarasova Nadezhda Ivanovna, Ph. D. in Philology, Associate Professor
Northern (Arctic) Federal University named after M. V. Lomonosov, Arkhangelsk
n.tarasova@narfu.ru

The article examines the cases of a zero article before the noun in verbal-nominal combinations of the modern French language. The author provides a survey of scientific literature on this issue. Special attention is paid to the combinations with nouns of non-abstract semantics which were not previously subjected to a systemic analysis. The paper proposes the stylistic perspective of scientific description: a zero article signifies figurative re-interpretation of a noun. This metaphorization mechanism raises the expressivity level of literary texts.

Key words and phrases: verbal-nominal combinations; zero article; figurative metaphor; metaphorization; literary text.

УДК 81

Текст о моде, являющийся составной частью дискурса моды, рассматривается в статье как область направленного воздействия на адресата с целью изменения взглядов и установок последнего. Гипотезой данного исследования служит идея о том, что, как явление прагматического характера, фэшн-текст обнаруживает определенные совокупности речевых актов, использование которых делает возможным достижение автором перлокутивного эффекта наиболее быстрым способом. В фокусе данного исследования, таким образом, оказывается дискурсивное событие текста о моде как цепь речевых актов, служащих достижению общей установки текста о моде – информированию и побуждению.

Ключевые слова и фразы: речевой акт; дискурсивное событие; дискурс моды; интенция; перлокутивный эффект.

Ткаченко Карина Анатольевна

*Московский государственный институт международных отношений
Министерства иностранных дел Российской Федерации
karinapodobed@gmail.com*

Банщикова Мария Александровна

*Российский университет дружбы народов, г. Москва
banshchikova.m@mail.ru*

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКАЯ ФОРМУЛА СОЗДАНИЯ ФЭШН-ТЕКСТА

Для достижения большего перлокутивного эффекта составители текстов о моде часто прибегают к комбинации нескольких типов речевых актов в рамках одного фэшн-текста. Реализация прагматической установки фэшн-текста при помощи целого речевого события – комбинации речевых актов – представляется процессом, наиболее адекватным цели, – формированию у представителей аудитории желания приобрести описываемый

продукт. По справедливому замечанию Н. В. Байрак, дискурсивное событие включает несколько речевых актов, но все они направлены на достижение общей коммуникативной цели и расположены в определенной последовательности [1]. Учитывая прагматический характер дискурса моды, описываемую последовательность мы считаем не случайной, а интуитивно или осмысленно выстроенной цепью речевых актов. Такое речевое событие, на наш взгляд, сравнимо с ситуациями из жизни, когда один из собеседников убеждает другого в правильности принятия того или иного решения, задействуя целую цепь конструкций разного типа – повествовательные предложения, вопросы (в том числе риторические), восклицания. Принимая во внимание существование различных типов личности и разную реакцию этих типов на приемы аргументации, можно утверждать, что, при соблюдении максим Грайса [2], адресант добьется своей прагматической цели, найдя необходимый прием воздействия. Подобным образом нам представляется возможным говорить о способе создания или вычисления своего рода «успешной формулы» влияния на реципиента, к которой, по нашему мнению, прибегают авторы-составители текстов о моде при реализации коммуникативной установки издания. В настоящей статье предпринимается попытка определения наиболее частотной комбинации речевых актов, применяемой авторами в ходе персуазивной коммуникации.

С целью выявления наиболее частотных сочетаний речевых актов в тексте глянцевого издания мы обращаемся к существующим классификациям речевых актов. В соответствии с устоявшимся механизмом классификации речевых актов, «тестером» типа речевого акта является перформативный глагол (эксплицитно представленный в структуре высказывания или выводимый адресатом из поверхностной его структуры). Согласно иллокутивно-перформативному подходу, его лексическое значение является решающим условием отнесения речевого акта к той или иной группе [3, с. 76]. В анализируемых текстах о моде наиболее часто встречающимся типом речевых актов (согласно терминологии Дж. Остина) можно считать экспозитивы [4]. Характер речевых актов, представленных в статьях глянцевого издания, многогранен, в связи с чем причисление всех случаев к одному классу не достаточно полно, на наш взгляд, раскрывает природу рассматриваемых языковых явлений. Исходя из классификации Дж. Серля, мы считаем возможным разделить речевых актов фэшн-текстов на классы репрезентативов, директивов и экспрессивов. Стоит отметить, что класс репрезентативов, как его видит ученый, указывает на истинность или ложность суждения, что не всегда соответствует тексту статьи модного журнала [5].

В своем исследовании мы руководствуемся типологией речевых актов, предложенной Н. И. Формановской в 1998 году. Ее обобщенный минимум включает семь классов речевых актов: репрезентативы (сообщения); комиссивы (обязательства); директивы (побуждения); рогативы (вопросы); декларативы (объявления); экспрессивы (выражения эмоций); контактивны (выражения речевого этикета) [6, с. 117].

Наиболее характерными для англоязычных глянцевого издания являются репрезентативы, директивы и рогативы. Класс репрезентативов в терминологии Н. А. Формановской наиболее четко отражает сущность авторской интенции информирования, что делает данную классификацию наиболее подходящей для описания такого сложного явления, как речевой акт в тексте о моде. Кроме того, лишь данная классификация включает вопросительные речевые акты (рогативы), что, в силу широкой представленности данного типа речевых актов в журналах о моде, делает ее адекватной осуществляемому нами анализу. Все эти классы служат для реализации нескольких иллокутивных целей, главной из которых является убеждение читателя в необходимости приобретения товара, представленного создателем текста о моде.

Чтобы получить представление о дискурсивном событии текста о моде, рассмотрим то, как разные по своему типу речевые акты выстраиваются в единую последовательность, образуя единую область воздействия.

Just Add Water. The all-smile formula? Feminine blossoms and the classic lines of a timeless two-piece. Joann Smalls wears a Chloé bikini [7]. / Просто добавь воды. Формула, чтобы заставить всех улыбаться? Женственные цветы и классические линии вечно популярного купального костюма. Джоанна Смоллс в бикини Chloé (здесь и далее перевод авторов статьи. – К. Т., М. Б.). Данная комбинация речевых актов состоит из 1) заглавия, представленного директивом; 2) первого предложения, выраженного рогативом, заставляющим на миг задуматься о загадочной формуле улыбки; 3) ответа на заданный вопрос, выраженного репрезентативным актом, повествующем о том, как в действительности добиться улыбок. Последующая информация, предлагаемая в данной статье, представлена элементами образа модели с указанием цены каждого предмета ее пляжного гардероба, причисляемая нами к актам репрезентативным. Данное речевое событие можно представить $D + P + Pп$, где D – директив, P – рогатив, $Pп$ – репрезентатив.

Еще одной речеактовой схемой, которую находим на страницах глянцевого издания, является $Pп + D$:

Every summer look starts with the swimsuit. Pair it with graphic accessories and delicate florals, and you're set to make waves by the sea – or in the city [Ibidem]. / Каждый летний образ начинается с купальника. Сочетайте его с графическими аксессуарами и деликатными цветочными узорами, и Вы точно вызовете волнение у моря – или в городе. Речевым актом, открывающим данный короткий текст, является репрезентатив. Часто репрезентативы в начальной позиции констатируют какой-либо известный факт, не подлежащий сомнению. По нашим наблюдениям, такая констатация словно снимает напряженность последующего коммуникативного события, заставляя читателя воспринимать как должное и общепринятое и информацию, представленную последующим директивным речевым актом.

В данном случае сочетание купального костюма с графическими аксессуарами и деликатными цветочными узорами воспринимается читателем как заведомо удачный выбор. Иными словами, подобно тому, как любой летний образ начинается с купальника, последний непременно следует дополнить конкретными аксессуарами и конкретными узорами, и тогда успех обеспечен как на пляже, так и в городе.

Рассмотрим еще один пример. *Get your kicks* (получи удовольствие) – заглавие, выражающее прямое побуждение. *Take to the street in radical sneaker chic: high-top, high-heeled, pony or puffy – they deliver a quick hit of funky, fun fashion* [Ibidem]. / Появись на улице в изящных сникерсах (кроссовки на танкетке): высокие, с высокой подошвой, маленькие и аккуратные или же грубовато-мальчишеские – классные и веселые – они бьют точно в цель. Данная комбинация побуждения в начале и описательного акта в качестве продолжения может быть выражена формулой: **Д + Д + Рп**. Такое сочетание является эксплицитно побудительным, направляющим актом и не является распространенной формулой в фэшн-дискурсе со свойственной ему имплицитной составляющей.

В заглавии следующего текста фраза *Stay with me* (останься со мной) является директивом. Текст начинается с последовательности *Truly, madly, deeply, we're in love* [Ibidem]... / По-настоящему, сумасшедше, с головой, мы влюблены... – слов, немедленно заставляющих читателя задуматься о выборе редакции, о том, что же вызвало столь «пылкие» чувства со стороны авторитетной группы составителей журнала (акт-репрезентатив).

Следующая часть статьи посвящена новому платью от торгового дома *Bottega Veneta*: ...with this *Bottega Veneta cotton dress with embroidered and pleated bodice; in Bottega Veneta boutiques* [Ibidem]. / В этом хлопковом платье *Bottega Veneta* с расшитым плиссированным верхом; в бутиках *Bottega Veneta* – акт эксплицитно описательный и имплицитно побудительный, направляющий. Он словно является ответом на предсказуемый вопрос читательниц о том, где они могут достать это конкретное платье. Следует отметить, что каждый выпуск журнала *Vogue* снабжен полным списком адресов магазинов, в которых можно приобрести понравившиеся модные детали, представленные на страницах выпуска. Таким образом, журнал не только создает эталонные образы, помещая изображение и описывая детали, начиная с состава изделия и заканчивая эффектом, который данный предмет гардероба может произвести на окружающих, но также направляет читателей в бутики конкретных брендов, тем самым эффективно стимулируя сбыт. Речеактовую структуру данной статьи можно представить следующим образом: **Д + Рп + Д**. Последний элемент этой формулы – директивный речевой акт – представляет собой косвенный речевой акт, директив здесь выводится нами из поверхностной структуры акта репрезентатива путем достраивания конструкции: *in Bottega Veneta boutiques – Buy it in B.V. boutiques* [Ibidem]. / Купите его в бутиках *Bottega Veneta*. Логичным началом предложения здесь является глагол в форме повелительного наклонения.

Часто встречающейся на страницах журнала о моде комбинацией является структура с рогативом в начале. Вопрос в начальной позиции в тексте, по нашим наблюдениям, немедленно включает реципиента в описываемый текстом мир: *Cruising to Dunmore Town in a canvas-top convertible* [Ibidem]? / Отправляйтесь в Данмор-Таун на кабриолете? Продолжение данной статьи представлено директивным речевым актом: *Feel the wind rush by in an of-the-moment crop top (in black, to contrast in both scale and tone with the flowing cream trousers)* [Ibidem]. / Почувствуй движение ветра в современном укороченном топе (чёрного цвета, составляющем контраст для струящихся брюк кремового цвета как по форме, так и по тону). Текст завершается цепочкой актов-репрезентативов с указанием имен дизайнеров для каждого предмета гардероба моделей, изображенных на данном развороте журнала путешествующими по побережью на эффективном ретро-автомобиле. **Р + Д + Рп...** – схема построения данного текста делает читателя участником событий, описываемых в тексте и дополненных прекрасным наглядным изображением, и направляет его в бутики торговых марок, которые позволят ему стать обладателем именно этих атрибутов стиля, тем самым приближая его к описываемому стилю жизни.

Для оказания воздействия на читательскую аудиторию и формирования определенных «модных» предпочтений авторы фэшн-текстов часто используют последовательность репрезентативов, таким образом, просто описывая атмосферу, в которую представитель целевой аудитории должен захотеть погрузиться: *Splash Landing. The setting: Harbour Island in the Bahamas. The couple: model Cameron Russel and actor Luke Grimes (American Sniper, Fifty Shades of Grey). The mood: sensual and uncomplicated. Derek Lam 10 Crosby Tankdress with pleated skirt, \$240* [Ibidem]. / Посадка на воду. Место действия: остров Харбор на Багамах. Пара: модель Кэмерон Рассел и актер Люк Граймс («Американский снайпер», «Пятьдесят оттенков серого»). Настроение: чувственное и непринужденное. Плиссированный сарафан Derek Lam 10, \$240. – **Рп + Рп + Рп + Рп** – такая последовательность плавно вводит читателя в создаваемый текстом мир отдыха на Багамах, представляя ему само место действия – остров Харбор, Багамы, героев данной фотосессии – модель Кэмерон Рассел и актера Люка Граймса вместе с его фильмографией, что является немаловажным дополнением при оказании воздействия на целевую аудиторию и создает благоприятный ассоциативный фон. Следующей составляющей упомянутой статьи является описание атмосферы в данной фотосъемке: чувственно и непринужденно. Завершающим элементом в настоящей последовательности выступает указание на конкретные детали гардероба, участвующие в создании образа. В данном случае такие описания вместе с указанием цен и ссылками на места приобретения этих товаров воспринимаются читателем как органичное продолжение описания атмосферы отдыха и беззаботности. Неосложненным также оказывается поиск понравившихся атрибутов стиля в связи с подробным указанием на них, вплетенным с текст короткой статьи. В этом и других текстах, построенных согласно данной формуле, читатель погружается в художественное описание модных образов как в отрывок из произведения художественной литературы. К нему не обращаются, он становится своего рода сторонним наблюдателем, имеющим право выбирать, хочет ли он прикоснуться к такому стилю жизни или желает остаться в стороне. Построенный в виде цепочки описательных предложений, подобный текст воспринимается читателем

без настороженности и критики и лишь способствует формированию желания стать участником этих событий. Таким образом, создается эффект самостоятельного принятия решения читателем, эффект вдохновенности прочтением статьи, мотивирующий реципиента на покупку того или иного модного аксессуара.

Одной из последовательностей речевых актов, которые встречаем также на страницах глянцевого издания, является сочетание нескольких директивных актов: *Pair a voluminous skirt and a cropped suede jacket with a slick gold-foil boot, and these otherwise woodsy pieces are lent a sleek, urban-Nordic shine. Pack them up for a long, cool weekend in Stockholm – where “A Way of Life”, a comprehensive retrospective of Swedish photographers at the city’s cutting-edge Moderna Museet, is a must-see* [Ibidem]. / Носите объемную юбку с коротким пиджаком из замши, с гладкими ботинками золотого цвета, и эти вещи в «лесном» стиле приобретут яркий нордический городской блеск. Возьмите их с собой, собираясь провести захватывающие выходные в Стокгольме, где в передовом Музее современного искусства пройдет полная выставка работ шведских фотографов “A Way of Life”. – Последний элемент данного фэшн-текста является актом, эксплицитно информирующим и имплицитно побуждающим. Музей в Стокгольме наделяется такой характеристикой, как «передовой», выставка фоторабот в нем названа «полной», а заключение автора статьи содержит сочетание “must-see” и предполагает следование директиве. Таким образом, считаем данный текст комбинацией речевых актов: Д + Д + Д, последний из которых имплицитно направляет читателя, обладая при этом внешне информирующей структурой. Автор последовательно выстраивает советы относительно образа для посетительницы выставки через цепь директивов на положительном ассоциативном фоне современного искусства, пользующегося большой популярностью у «модной» аудитории. Так, данный фэшн-текст не только направляет читательниц на выставку, ценность которой не вызывает сомнения ввиду ее освещенности на страницах популярного глянцевого издания, которому доверяет круг его читателей, но и предоставляет полезные рекомендации относительно образа для посещения «модного» мероприятия. Такая последовательность директивных речевых актов не воспринимается читателями *Vogue* негативно, скорее наоборот, может быть осмыслена как дружественный совет – с доверием и благодарностью.

Еще одной комбинацией речевых актов в текстах о моде выступает сочетание вопрос – ответ – Р + Рп. Такая комбинация построена согласно традиционной модели диалога, следовательно, привычна для читательской аудитории. Как было сказано ранее, вопрос в начальной позиции сразу заставляет читателя стать участником диалога, задуматься в поиске ответа на задаваемый вопрос, а последующий ответ на такой вопрос тотчас разрушает возможные сомнения:

What do you get when you pair an old French luxury house with the graphic artist of the moment? The hottest bag of the future [Ibidem]. / Что вы получите, если соедините старый французский дом моды с современным художником по графике? Самую модную сумку будущего. В рассматриваемой статье прямое обращение к читателю с вопросом создает персональный контакт. Автор текста словно напрямую просит читателя представить, что произойдет, если совместить старый французский дом моды с лучшим художником – специалистом по графическому рисунку. В реальной жизни такой вопрос звучал бы неуместно в подавляющем большинстве случаев. На страницах модного журнала, напротив, читатель получает возможность представить себя причастным к созданию такого тандема. «Персональное» обращение к читателю также представляется мощным инструментом вербального воздействия, осуществляемого в дискурсе моды.

Рассмотрев 1100 текстов журнала *Vogue*, посвященных предметам одежды и аксессуарам, считаем возможным сделать вывод о том, что директивные речевые акты, в большом количестве встречающиеся на страницах глянцевого издания, служат для стимулирования целевой аудитории к приобретению описываемых товаров и используются авторами-составителями статей о моде в сочетании с многочисленными актами дескрипции, способствующими более близкому знакомству целевой аудитории с достоинствами описываемых модных продуктов. Изучив встречающиеся на страницах журналов о моде примеры реализации формул сочетаемости различных речевых актов, мы получаем возможность выявить структуру, наиболее часто применяемую авторами для реализации иллюкативной силы речевого акта фэшн-текста. Комбинация с репрезентативом или последовательностью репрезентативов в начальной позиции и директивом в конце является наиболее популярной схемой реализации персуазивной функции фэшн-текстов. Предпринимая попытку объяснения того факта, что Рп + Д оказывается наиболее эффективным сочетанием речевых актов в дискурсе глянцевого издания, мы приходим к некоторым выводам. Во-первых, описательные конструкции в тексте о моде подобны фразам из текстов художественных произведений; обладая высокой степенью образности, они переносят читателя в мир моды и стиля и не вызывают подозрений. Во-вторых, говоря о побудительном речевом акте, завершающем текст, выстроенные по такой модели, следует отметить, что акты направляющие выступают как удачное дополнение приведенной ранее дескрипции и лишь подтверждают уже сформировавшееся в ходе прочтения статьи желание приобрести, попробовать или примерить представленный продукт. Иными словами, директивы в конце статьи являют собой призыв к действию, желание осуществить которое порождается актами репрезентатива с присущим им арсеналом лексических средств создания образа.

Louis Vuitton’s pre-fall collection blends classicism with sparkling color – and adds a sharp zipper trim to traditionally cut oxfords. Cap it all off with a mask for a night of dancing at the Save Venice ball at New York’s Pierre Hotel [Ibidem]. / Пре-фолл коллекция *Louis Vuitton* смешивает классику с яркими цветами и добавляет декоративную молнию к традиционным оксфордам. Дополните все это маской, чтобы провести ночь в танце на балу *Save Venice* в Нью-Йоркском отеле *Pierre*. Данная структура содержит короткое и живое описание образа в начале и призыв отправиться на конкретное мероприятие (в данном случае бал) в конце и представляет собой пример искомой

речеактовой структурой – своего рода формулой для оказания внушающего влияния на представителей целевой аудитории. При этом количество актов-репрезентативов в фэшн-статье может варьироваться, тогда как акт направляющий чаще всего единичен и расположен на завершающем отрезке статьи, представляя перед реципиентом в тот момент прочтения, когда покупательское решение уже сформировано.

Итак, текст журнала о моде – сложный косвенный речевой акт, осуществляемый с интенцией оказания информирующего и побуждающего воздействия на читающую аудиторию. Для усиления воздействующего эффекта авторы-составители текстов для глянцевого издания зачастую прибегают к комбинации нескольких речевых актов, главными из которых, по терминологии Н. И. Формановской, являются репрезентативы, директивы и рогативы, служащие главной цели повышения спроса на описываемый продукт. Наиболее популярным образцом речевого события в фэшн-тексте является структура **Рп + Д**, где **Рп** – неопределенное число повествовательных речевых актов – репрезентативов, **Д** – директив, выражающий прямое побуждение к действию.

Список источников

1. **Байрак Н. В.** Особенности организации дискурса в ситуации приглашения в британской языковой культуре: дисс. ... к. филол. н. Воронеж, 2006. 215 с.
2. **Грайс Г. П.** Логика и речевое общение // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1985. Вып. 16. С. 217-237.
3. **Мощева С. В.** Речевой акт как способ реализации коммуникативной интенции (на материале англоязычного политического дискурса) // Вестник КГУ им. Н. А. Некрасова. 2012. № 5. С. 76-79.
4. **Остин Джон Лангшо.** Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. М., 1986. Вып. 17. С. 22-130.
5. **Серль Дж. Р.** Классификация речевых актов // Новое в зарубежной лингвистике. М., 1986. Вып. 17. С. 170-194.
6. **Формановская Н. И.** Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. М.: Русский язык, 2002. 216 с.
7. **Vogue Archive** [Электронный ресурс]. URL: <https://login.voguearchive.com/LicenseStream/VogueLanding/VALandingDesktopP1.aspx> (дата обращения: 09.08.2017).

LINGUO-PRAGMATIC FORMULA OF FASHION-TEXT CREATION

Tkachenok Karina Anatol'evna

*Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation
karinapodobed@gmail.com*

Banshchikova Mariya Aleksandrovna

*Peoples' Friendship University of Russia, Moscow
banshchikova.m@mail.ru*

A text about fashion, which is an integral part of the fashion discourse, is examined in the article as an area of the directed influence on the addressee in order to change the views and attitudes of the latter. The hypothesis of this study is the idea that, as a pragmatic phenomenon, the fashion text reveals certain sets of speech acts, the use of which makes it possible for the author to achieve the perlocutionary effect in the fastest way. Thus the focus of this study is the discursive event of the text about fashion as a chain of speech acts serving to achieve a general idea of the text about fashion – information sharing and motivation.

Key words and phrases: speech act; discursive event; discourse of fashion; intention; perlocutionary effect.

УДК 8; 81

В статье рассматривается образ российского президента, сложившийся в рамках корейского интернет-дискурса, и описываются языковые средства, вербализирующие образ. В ходе исследования статей из блогов получены выводы о том, что в интернет-дискурсе формируются несколько образов Владимира Путина, в которых присутствуют различные языковые средства, имеющие либо положительную, либо отрицательную оценку. При этом российского президента оценивают не только как политика, но и как личность.

Ключевые слова и фразы: образ; интернет-дискурс; блог; Путин; Россия; Южная Корея.

Тулемушева Карина Нурдиновна

Егорова Кюньнэй Григорьевна

*Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Амосова, г. Якутск
kairina0807@gmail.com; kiounnei1@yandex.ru*

**ОБРАЗ ВЛАДИМИРА ПУТИНА
В КОРЕЙСКОМ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ (НА МАТЕРИАЛЕ БЛОГОВ)**

В современном мире политическая обстановка является предметом обсуждения общественности. И здесь трудно не оценить влияние сети Интернет на политические процессы. Это происходит потому, что Интернет –