

УДК 81-2

В.И. КАЛМЫКОВА

(*lera1kalmykova1@gmail.com*)

Волгоградский государственный социально-педагогический университет

**РЕАЛИЗАЦИЯ КАТЕГОРИИ ОЦЕНКИ В ДИСКУРСЕ МОДЫ
(на материале французского языка)***

Анализируются тенденции реализации категории оценки во французском языке на материале медиатекстов модного дискурса, а также предлагается классификация оценочных суждений по грамматическому признаку. Рассматриваются основные функции категории оценки, участники модного дискурса, субъект и объект оценки.

Ключевые слова: *модный дискурс, категория оценки, оценочное высказывание, субъект оценки, объект оценки.*

В современном мире роль СМИ и моды как никогда велика, поскольку медиадискурс и медиатексты, описывая и оценивая наиболее актуальные события и новшества в жизни общества, отражают и раскрывают разнообразные системы ценностей. Для решения задач, поставленных СМИ, авторы прибегают к различным лингвистическим средствам, в том числе и к категории оценки. Роль моды неуклонно растет, что, в свою очередь, повышает роль специалистов, владеющих навыками коммуникации в данной сфере.

Целью нашего исследования является выявление средств реализации категории оценки в модном дискурсе. Поставленная цель предусматривает решение следующих задач: 1) определить дискурс моды как разновидность медиадискурса; 2) проанализировать субъект оценочного высказывания и объект оценки; 3) выявить и сгруппировать основные средства реализации оценочного высказывания.

Объектом нашего исследования выступает категория оценки в медиатекстах модного дискурса.

Предметом выполненного исследования является реализация категории оценки в медиатекстах модного дискурса.

Поставленные цель, задачи и объект работы предопределили выбор методов и приемов исследования: метод дефиниционного анализа, дескриптивно-аналитический метод, прием сплошной выборки и прием целенаправленной выборки.

Практическая значимость выполняемого нами исследования заключается в том, что полученные результаты могут найти применения в курсе стилистики французского языка, а также в практическом курсе французского языка.

Материалом исследования послужили 17 статей из французских онлайн-изданий “GALA” и “Madame Figaro”, посвященных теме «Модные тенденции».

Теоретической базой нашей работы послужили исследования Н.Д. Арутюновой, Е.М. Вольф, В.Г. Гака [2, 5, 6].

В проблематику современных исследований, посвященных категории оценки, входят: 1) языковые средства объективизации оценки [4]; 2) оценочное высказывание как характеристика определенного типа дискурса [4, 9]; 3) оценочность как проявление антропоцентризма [7]; 4) речевые оценочные стратегии [10], а также коммуникативное выражение недооценки [3].

Модный дискурс – продукт сознательного творчества людей мира моды, являющийся вестиментарным кодом и включающий в себя совокупность значимых оппозиций и правил сочетания элементов одежды [8, с. 22].

Под оценкой в лингвистике понимается результат оценочной деятельности индивида, выраженный вербально, т. е. закрепленное в высказывании оценочное отношение говорящего к предмету речи [9, с. 254].

* Работа выполнена под руководством Кузнецовой В.В., кандидата филологических наук, доцента кафедры романской филологии ФГБОУ ВО «ВГСПУ».

В свою очередь, категория оценки – социально закрепленное явление, т. е. оценки определяются общепринятыми в человеческом коллективе эталонами в сфере социальных, интеллектуальных и моральных явлений, общественно сложившимися нормами представления о хорошем или плохом [7, с. 24].

В модном дискурсе, категория оценки является неотъемлемой частью, что обуславливается двумя ее функциями: 1) прагматической, которая заключается в формировании заинтересованности слушателя или читателя, в привлечении внимания и убеждении; 2) функцией компенсации информационной недостаточности, которая помогает понять позицию и отношение автора к теме, даже если для этого нет достаточного количества информации [6, с. 91].

Субъект оценки – это эксплицитный или имплицитный компонент оценочной конструкции, представляющий человека или социум, со стороны которого дается оценка. Объектом оценки принято считать компонент оценочного высказывания, представляющий собой фрагмент окружающей среды, который оценивается [5, с. 97].

Для проведения анализа, приемом сплошной выборки, нами были отобраны 17 статей, из “GALA”, “Madame Figaro”, изданиях, ориентированных на женскую аудиторию и информирующих о современных тенденциях в мире моды. мода, в понимании авторов изданий, является не просто отражением внутренней индивидуальности личности и способом ее самовыражения, но и катализатором общественного мнения.

Дискурс моды, который задается собственно социальным институтом, отражает процесс производства и продвижения моды за определенное время в конкретном месте. Авторы сообщения не акцентируют динамику и новизну моды, но и всегда возвращаются к определенным «константам» мира моды, которые находятся вне времени и гарантируют успех их обладателю [1, с. 116].

В доказательство данного тезиса, хотелось бы привести следующие примеры:

1. *“Si vous n’avez pas encore succombé à cette tendance forte de la saison, ça ne saurait tarder puisque toutes les marques de mode et autres maisons de haute couture le mettent à l’honneur dans leurs nouvelles collections”* – (Если вы еще не поддались этой сильной тенденции сезона, это произойдет в ближайшее время, т. к. все модные бренды и другие дома высокой моды отводят ей главную роль в своих новых коллекциях).

2. *“La veste blazer tire son épingle du jeu et promet un look rappelant follement les années 90”* – (Блейзер-пиджак остается на плаву и обещает стиль, безумно напоминающий 90-е годы).

3. *“Simple tout en étant efficace, ce look met en avant les tendances du moment tout en misant sur des pièces basiques”* – (Этот стиль, простой, но эффективный, подчеркивает современные тенденции, делая ставку на основные детали).

4. *“Soucieuse de son environnement, la maison propose des collections qui collent aux tendances mode du moment sans jamais oublier ses fondamentaux”* – (Забываясь о своем окружении, дом моды предлагает коллекции, которые соответствуют современным модным тенденциям, не забывая о своих основах).

5. *“Quand l’or blanc, l’or rose et l’or jaune, rehaussés de diamants, jouent les accords précieux pour illuminer notre féminité, le glamour fait son come-back”* – (Когда белое, розовое и желтое золото, украшенное бриллиантами, играет драгоценные аккорды, чтобы осветить нашу женственность, гламур возвращается).

Потребности и жизненные ориентиры, предписываемые институтом моды, воплощаются в виде ценностных концептов, таких как: *“la féminité”* (женственность), *“le glamour”* (гламур), *“le confort”* (комфорт), *“l’allure”* (статья), *“le chic”* (шик), *“l’élégance”* (элегантность), *“la beauté”* (красота), *“la simplicité”* (простота), *“le dynamisme”* (динамизм), *“prêt-à-porter”* и др.

В данном исследовании субъектом оценки выступают авторы статей, а объектом оценки – модные тенденции, известные люди. Можно утверждать, что, как правило, субъект оценки прямо не выражается, т. к. в тексте нет информации об авторах. Объектами оценки в исследованных статьях выступают:

1. Известные личности и дома моды:

– Charlotte Gainsbourg – “*Dans un costume rouge éclatant, elle mixe allure résolument rock et chic à la française*” – (В ярко-красном костюме, она смело сочетает рок и шикарный французский стиль) и “*Charlotte Gainsbourg androgyne chic et très seventies...*”.

– Gabrielle Chanel – “*Elle est synonyme d’élégance discrète, à l’image de la maison de la rue Cambon*” – (Она является синонимом сдержанной элегантности, по подобию ее дома на улице Камбон);

– Chloé Lecareux – “*Avec sa moue irrésistible, son élégance naturelle et sa personnalité attachante, pas étonnant que Chloé Lecareux soit la fille la plus en vue du moment*” – (С ее неотразимой гримасой, природной элегантностью и привлекательной личностью, неудивительно, что Клоэ Лекаре – сегодня самая выдающаяся девушка);

– Maison Montagut – “*Cette maison française spécialiste de la maille fine tisse ses valeurs autour de son amour de l’élégance à la française*” – (Этот французский дом моды – специалист по тонкому трикотажу – создает свои ценности, вдохновленный любовью к французской элегантности).

6. Модные тенденции: le cuir – “*C’est une tendance forte de la saison*” – (Это важная тенденция сезона); les couleurs plus tendances – “*C’est rafraîchissant!*” – (Это освежает!) и “*Il nous confère une allure chic et sophistiquée*” – (Это придает нам шикарный и изысканный вид); le style “Matrix” – “*Matrix est une source d’inspiration inépuisable pour la mode qui érige haut ses codes cette saison*” – (Стиль-матрица – это неисчерпаемый источник вдохновения для моды, которая создает свои своды правил в этом сезоне); le bijou – “*Les bijoux jouent les accords précieux pour illuminer notre féminité, le glamour fait son come-back*” – (Ювелирные украшения играют драгоценные аккорды, чтобы осветить нашу женственность, гламур возвращается); la polaire – “*Les vêtements en fibres polaires qui possèdent une esthétique très 80, sont surtout chauds, légers, respirants, doux et confortables, d’ailleurs, désormais il en existe aussi en coton bio, éco-responsable ou recyclés*” – (Одежда из флиса, обладающая эстетикой 80-х, в основном теплая, легкая, дышащая, мягкая и удобная, кроме того, теперь она также изготовлена из органического, экологичного или переработанного хлопка).

Как видно из приведенных примеров, для достижения эффекта авторы медиатекстов прибегают к различным способам привлечения внимания и убеждения читателя, в том числе к использованию оценочных высказываний, являющихся объектом нашего внимания. Отметим также, что лексемы: *chic, les bijoux, glamour*, а также метафоричное выражение *jouer ses accords précieux*, являются вербализацией концепта «гламур».

Методом целенаправленной выборки были выделены оценочные суждения, которые были сгруппированы по грамматическому признаку:

1. **Устойчивые словосочетания, образованные существительным и характеризующим его прилагательным:** *une tendance forte de la saison, un véritable valeur sûre, très en vogue, des couleurs plus tendances, un changement des tendances de mode, une nuance incontournable, le bon combo, des tendances mode du moment, des modèles pratiques et intemporels, un total look sophistiqué, des créateurs ambitieux, des marques audacieuses, des collaborations les plus irrésistibles, un look plus week-end, les pièces plus chics, un look très féminin, la pièce la plus cool, des lignes affûtées, des couleurs éclatantes, une invincible féminité, un vestiaire énergique, une tendance récente, une source d’inspiration inépuisable, un style polysémique, une totale liberté d’expression, des nouvelles tendances, des pièces plus fortes, les vêtements ultra-féminins, un symbole de l’élégance, une élégance naturelle, une personnalité attachante, l’élégance à la française, la plus en vue du moment, un modèle plus “tranchant”.*

2. **Словосочетания, в которых прилагательное является предикативным определением:** *être épuré, être élégant, être lumineux, être chic, être sophistiqué, être rafraîchissant, chic à la française, être parfait, être riche de sens et d’histoire.*

3. **Словосочетания, в которых прилагательное является компонентом глагольно-именного сказуемого:** *rester jeune et surprendre, devenir mauvais, rester chic, rester belle, devenir vieux, rester actuel.*

4. **Словосочетания, образованные глаголом + существительным; глаголом + наречием:** *tourner vers le futur, avoir un succès fou, convenir à tout le monde, garantir un effet visuel, s'associer parfaitement, rester à la pointe du style, assurer un confort optimal, valoriser les femmes ambitieuses, convenir parfaitement, faire un come-back, inspirer les créateurs, jouer la carte de la couleur, apporter confort, chaleur et style, compléter parfaitement, donner une touche de chic, illuminer la féminité, posséder une esthétique.*

На основе проведенного подсчета, было выявлено следующее количественное соотношение:

- 34 оценочных суждения, выраженных устойчивыми словосочетаниями, образованными существительным и характеризующим его прилагательным;
- 9 оценочных суждений, выраженных словосочетаниями, в которых прилагательное является предикативным определением;
- 6 оценочных суждений, выраженных словосочетаниями, в которых прилагательное является компонентом глагольно-именного сказуемого;
- 20 оценочных суждений, выраженных словосочетаниями, образованными глаголом + существительным; глаголом + наречием.

Анализ и подсчет приведенных группировок лексических единиц свидетельствует о преобладании устойчивых словосочетаний, образованных существительным и характеризующим его прилагательным.

Анализ семантического значения приведенной классификации лексических единиц демонстрирует явное преобладание позитивной оценки, которая находит свое отражение в словосочетаниях, связанных с тенденциями – “*les tendances*”.

Также отмечается частотность употребления прилагательных *épuré, élégant, lumineux, chic, parfait u sophistiqué* посредством которых в сознании читателей активизируется основание оценки для формирования отношения к конкретным атрибутам моды и к новым явлениям в ней.

Главным критерием положительного оценивания в анализируемых статьях является соответствие новизне и современности – “*une tendance récente*” и “*ournée vers le futur*”. Кроме того, четко выражена клишированность, черта, свойственная публицистическому стилю.

В качестве заключения отметим, что в статьях, репрезентирующих дискурс моды и направленных на актуализацию новых тенденций, преобладают эмоциональная и субъективная оценки, раскрывающие эмоциональное отношение индивидуального автора.

Анализ материала нашего исследования показывает, что средством выражения категории оценки служат, как правило, оценочные прилагательные.

Следует отметить эксплицитное выражение анализируемой нами категории, т. к. оценочные смыслы текста однозначно интерпретируются, а результаты оценочной интерпретации находят подтверждение в вербально выраженных элементах.

Итак, представляемое исследование подтверждает факт того, что категория оценки является социально закрепленным явлением, определяемым общепринятыми в человеческом коллективе эталонами в сфере социальных, интеллектуальных и моральных явлений, общественно сложившимися нормами представления о хорошем или плохом.

Литература

1. Аракелова А.Р. Лингво-аксиологические характеристики современного англоязычного дискурса моды: дисс. ... канд. филол. наук. Пятигорск, 2017.
2. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений: Оценка, событие, факт. М.: Наука, 1988.
3. Власова Е.В. Коммуникативные средства выражения недооценки. Поведенческий аспект // Изв. Волгоград. гос. пед. ун-та. 2020. № 3(146). С. 136–140.
4. Володина О.В. Языковые средства объективизации оценки в женском медиадискурсе // Изв. Волгоград. гос. пед. ун-та. 2020. № 3(146). С. 175–179.
5. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. М.: Наука, 1985.

6. Гак В.Г. Эмоции и оценки в структуре высказывания и текста // Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология. 1997. № 3. С. 87–95.
7. Данилова Р.Р. Категория оценки как способ выражения антропоцентризма в лингвистике // Филология и культура. 2011. № 1(23). С. 137–139.
8. Косицкая Ф.Л. Дискурс моды и его жанровая дифференциация // Вестник Томск. гос. пед. ун-та. 2014. № 4(145). С. 22–27.
9. Литвинов А.В. Оценочность делового текста // Вестник Университета. 2014. № 4. С. 258–262.
10. Панова Е.П., Хрипунова Е.В., Черницына Т.В. К вопросу об оценочных речевых стратегиях как компоненте характеристики языковой личности // Известия Волгоград. гос. пед. ун-та. 2020. № 3(146). С. 132–135.

VALERIYA KALMYKOVA

Volgograd State Socio-Pedagogical University

**IMPLEMENTATION OF EVALUATION CATEGORY IN FASHION DISCOURSE
(based on the french language)**

The article deals with the analysis of the tendencies of the implementation of the evaluation category in the French language based on the media texts of the fashion discourse. There is suggested the classification of the evaluative statements by the grammar principle. There are considered the basic functions of the evaluative category, the participants of the fashion discourse and the evaluation subjects and objects.

Key words: fashion discourse, evaluation category, evaluative statements, evaluation subject, evaluation object.