

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>
World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2021, №4, Том 12 / 2021, No 4, Vol 12 <https://sfk-mn.ru/issue-4-2021.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/51FLSK421.pdf>

DOI: 10.15862/51FLSK421 (<https://doi.org/10.15862/51FLSK421>)

Ссылка для цитирования этой статьи:

Манасян, Л. Ю. Лингвоаргументативный подход к анализу вестиментарного дискурса советской периодической печати 1960-х гг. / Л. Ю. Манасян // Мир науки. Социология, филология, культурология. — 2021. — Т. 12. — № 4. — URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/51FLSK421.pdf> DOI: 10.15862/51FLSK421

For citation:

Manasyan L.Yu. Linguistic argumentative approach to the analysis of the vestimentary discourse of the Soviet periodical press of the 1960s. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, 4(12): 51FLSK421. Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/51FLSK421.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.). DOI: 10.15862/51FLSK421

Манасян Лиана Юрьевна

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», Краснодар, Россия

Соискательница кафедры «Французской филологии»

E-mail: li.manasyan@gmail.com

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=841836

Лингвоаргументативный подход к анализу вестиментарного дискурса советской периодической печати 1960-х гг.

Аннотация. Настоящая статья является частью диссертационного исследования автора. Наши изыскания, начинавшиеся с изучения дискурса моды в целом и дискурса моды 1960-х годов в частности, привели нас к обнаружению того, что в настоящее время отсутствуют лингвистические работы в этой области, охватывающие период второй половины XX века.

Автором представлен обзор некоторых русскоязычных источников — монографий и статей, написанных в XXI столетии российскими исследователями в областях культурологии, искусствоведения, социологических и экономических исследований, анализирующими особенности эпохи 1960-х в сферах производства и потребления в Советском Союзе.

В нашей статье представлен лингвоаргументативный подход к анализу вестиментарного дискурса, разворачивавшегося на страницах советских печатных периодических изданий в 1960-х годах; особенно интересны для нас оказались статьи и заметки из газеты «Советская культура». В статье мы уделяем внимание следующим выявленным нами аспектам, присущим газетному вестиментарному дискурсу анализируемой эпохи: тактика разоблачения антикреативности (сценарий детектива); актуализация эффекта обманутого ожидания; объективность и субъективность профессионального дискурса; рефлексия как фактор адекватной реализации элементов вестиментарного дискурса (экспликативность дискурса); тональность дискурса (оптимистичный финал как установка автора статьи). Каждый из перечисленных блоков нашей работы проиллюстрирован яркими примерами — фрагментами двух статей из газеты «Советская культура» за 1960-й и 1965-й годы. Используя методы контекстуального и лингвоаргументативного анализа, мы обнаруживаем, что советскому вестиментарному дискурсу 1960-х годов были присущи диалогичность, экспликативность, забота об адресате.

Результаты нашего исследования могут найти практическое применение в преподавании следующих дисциплин: дискурс и коммуникативные практики, лингвистическая аргументация, анализ и интерпретация текста, история отечественной журналистики, язык прессы.

Ключевые слова: дискурс моды; вестиментарный дискурс; газетный дискурс; советская культура; 1960-е; дискурсивный анализ; лингвоаргументативный анализ; сценарий; диалогичность; экспликативность

Введение

Настоящая статья является частью диссертационного исследования автора. Диссертация посвящена изучению советского вестиментарного дискурса 1960-х годов в лингвоаргументативном аспекте; начало данной работе было положено нашими изысканиями в контексте изучения дискурса моды в целом и дискурса моды 1960-х гг. в частности.

Наше исследование, получившее свое продолжение в лингвистическом анализе дискурса преимущественно советских печатных СМИ (средств массовой информации) 1960-х гг. (к примеру, журнал «Работница» и газета «Советская культура»), начиналось с обзора и изучения корпуса культурологических, социальных, экономических исследований по данной теме. Наш лингвоаргументативный анализ статей и заметок из газеты «Советская культура» обозначенного периода в дальнейшем подтвердил материалы и свидетельства, найденные нами в указанных источниках, освещающих различные аспекты реалий СССР (Союза Советских Социалистических Республик) в сферах производства и потребления.

Русскоязычные источники — монографии и статьи отечественных авторов [1–4] — явились важным теоретическим и эмпирическим материалом в вопросе изучения особенностей советского дискурса моды 60-х годов XX века, который маркируется прежде всего своей идеологизированностью.

В книге художника, сценографа, автора многочисленных статей об искусстве костюма Софии Азархи «Модные люди: К истории художественных жестов нашего времени» мы находим материалы, посвященные моде и созданию одежды в нашей стране (преимущественно в Санкт-Петербурге), которое, по словам автора, в советское время было предельно идеологизировано [1], однако дискурс моды создавал почву для зарождения новых тенденций. ДМ (дискурс моды) как институциональный тип дискурса [5] формировался в единстве всех своих составляющих, начиная с его участников и институтов. В книге С. Азархи находим увлекательное повествование о Ленинградском Доме моделей одежды, бывшем «крупнейшей проектной организацией Северо-Запада, занимающейся разработкой образцов одежды для швейных предприятий Советского Союза» [1, с. 7], а также рассказы о модельерах, дизайнерах костюма, деятелях искусства и прочих выдающихся личностях XX — начала XXI столетий, чьи судьбы и творчество развивались в Ленинграде во времена Советского Союза и/или продолжают развиваться и сегодня в Санкт-Петербурге.

С. Азархи затрагивает в своем труде такие важные аспекты, как идеология Советского Союза; «образ советской женщины» и «несоветский образ»; строгие регламенты, в которые необходимо было вписываться своим творчеством и работой советским художникам и модельерам. Отмечая, что в советское время, несмотря на то, что художественную природу одежды никто официально не оспаривал и на деле костюм категорически не считался искусством, автор пишет следующие строки: «Советское искусствознание, смягчившись к 1970-м годам, отнесло костюм к жанру декоративно-прикладного искусства, к которому живописцы и скульпторы, преимущественно мужчины, члены самых многочисленных, организованных вначале, при рождении Союза художников, секций, а значит, сталинских, самых, по традиции, идеологизированных, относились с презрением, считая его низким

жанром, искусством второго сорта. Костюм мог быть отнесен к жанру ДПИ только в том случае, если в нем присутствовали традиционные техники, например ручная роспись, ручное ткачество, либо он, обязательно с использованием ручной работы, был бы исполнен по мотивам народного творчества. В этом жанровом соотношении просматривался ортодоксальный принцип соцреализма, национального по форме, социалистического по содержанию» [1, с. 261].

И.В. Виниченко в своей монографии «Советская мода в контексте социально-экономической и культурной жизни СССР от «оттепели» до «застоя»: традиции и новые реалии», посвященной осмыслению феномена советской моды, рассматривает костюм и моду, вписанные в дискурс советской повседневности, «как социокультурное явление, связанное с образом жизни общества и его основными ценностями» [2]. Автор делит свое исследование на четыре части: (1) Мода в системе общественных отношений; (2) Специфика индустрии моды СССР в период от «оттепели» до «застоя»; (3) Традиции и новые реалии советской моды в период от «оттепели» до «застоя»; (4) Отношение советского общества к официальной моде.

По свидетельству автора, в СССР в 1960-е годы происходило «смягчение общественных нормативных рамок»: в данное время в нашей стране можно было наблюдать переход от общественного обсуждения любой сферы жизни человека и жесткой регламентации к возможному проявлению индивидуального вкуса [2, с. 78].

Дискурс моды и вестиментарный дискурс 1960-х годов как область лингвистических исследований

Дискурс моды в качестве объекта изучения стал интересовать ученых-лингвистов сравнительно недавно. Данная область исследований находится на стадии своего формирования. В небольшом количестве диссертационных работ и отдельных статей изучены следующие аспекты современного дискурса моды: жанровый, терминологический, аксиологический, лингвокультурный, манипулятивный [6–13 и др.]. При этом отсутствуют лингвистические работы по исследованию дискурса моды, охватывающие период второй половины XX столетия. Являясь актуальной, тема эстетики советского периода в настоящее время находит современное осмысление в философских трудах, в научных статьях и докладах на конференциях. Вместе с тем данное направление не нашло еще лингвистического толкования. Такое положение дел определяет ракурс нашего исследования наряду с разработкой эстетического аспекта, включающего в себя этическую составляющую, выраженную в ценностях изучаемого периода.

Необходимо также отметить, что на определенном этапе нашей работы, проанализировав 20 статей и заметок из газеты «Советская культура» 1960-х гг., а также несколько статей и заметок из советского журнала «Работница» того же десятилетия, мы пришли к выводу о том, что в контексте изучаемого хронотопа целесообразнее говорить не столько о дискурсе моды, сколько о вестиментарном (от лат. *vestimentum* — одежда, платье) дискурсе как дискурсе не столько о модных вещах, сколько об одежде в целом — одежде удобной, красивой, элегантной [14, с. 158]. ДМ формируется вокруг концепта «мода» [15, с. 132], в то время как в ВД (вестиментарном дискурсе) в качестве основной темы фигурирует понятие «одежда». Здесь мы не противопоставляем эти два понятия: идея заключается в том, что пространство вестиментарного дискурса шире, чем пространство дискурса моды, и, безусловно, «вбирает» в себя последнее; таким образом, понятие «мода» (наряду с понятиями «антимода», «модное»/«немодное», «вкус» и проч.) входит в пространство вестиментарного дискурса и оказывается также одним из основных концептов ВД.

Вестиментарный дискурс 60-х годов XX столетия представлен различными видами (подвидами) дискурса: научный (академический), художественный, масс-медийный (публицистический).

В фокусе нашего текущего исследования оказывается публицистический подвид ВД 1960-х годов. Отметим здесь, что его отличительной чертой был научно-популярный характер представления информации.

В 60-е годы XX века в нашей стране начиналось осмысление моды как явления, достойного серьезного исследования и описания; тезис о том, что в СССР ее нет, опровергался реальной ситуацией повседневной жизни, где мода как феномен начала заявлять о себе. Ее утверждение на отечественной почве имело специфику: вестиментарный дискурс приобретал новый статус в дискурсе печатных СМИ в качестве феномена переходного периода.

В рамках настоящей работы остановимся подробнее на двух статьях из выпусков газеты «Советская культура» за 1960-й и 1965-й гг. и проанализируем наиболее интересные и актуальные в контексте текущего исследования фрагменты.

В качестве основных методов исследования нами были использованы методы контекстуального и лингвоаргументативного анализа.

Тактика разоблачения антикреативности: сценарий детектива

Начнем наш анализ с рассмотрения статьи Г. Шлыковой под названием «Сколько лет моде?» из выпуска газеты «Советская культура» от 18 сентября 1965 года. При обсуждении проблемы креативности как неотъемлемого понятия вестиментарного дискурса ставится вопрос институционального характера — пересмотр подхода к работе творческих участников дискурса («перестройка» — лексическая единица, ставшая через три десятилетия концептом другой эпохи) (1). Причина провала всего нового и творческого — дисбаланс между статусом художников-модельеров и ожиданиями от продуктов их деятельности, требующий радикального решения вопроса: *«Перед художниками-модельерами много нерешенных проблем. Нуждаются в перестройке сами принципы работы художников-модельеров (1). Изодня в день сидят они на своих рабочих местах и поэтому из года в год заполняют страницы журналов мод однотипными фасонами (2). В четырех стенах сидючи, нового не выдумаешь (3). Выезжает же писатель, прежде чем создать роман, на стройки, заводы, в села (4)! Модельерам необходимы несколько творческих декад в год (5). Только тогда правомерно требовать от их искусства своеобразия, самобытности (6)»¹.*

Образ застоя в ВД выражен в монотонности посредством растягивания времени (наречия обстоятельства времени) и указания на скучные продукты соответствующей деятельности (2); с помощью замкнутой пространственной актуализации вестиментарного дискурса (3). Дискурс с проектировочной функцией разворачивается посредством сравнения (с участниками художественного дискурса как представителями творческого цеха) в примере (4), который предлагается в качестве образца для подражания (5). Такая тактика — основа для объективного вывода, выражаемого с использованием институционального клише (6).

В следующем фрагменте анализируемой статьи разворачивается дискурс разоблачения массовости как феномена производства, действующего против креативности как феномена вестиментарного дискурса. В данном фрагменте структура дискурса, его форма репрезентируется в виде сценария. Сценарий «вырабатывается в результате интерпретации

¹ Г. Шлыкова. Сколько лет моде? // Советская культура. 1965. № 111(1915), 18 сентября. С. 2. URL: <https://portal-kultura.ru/upload/iblock/552/1965.09.18.pdf> (дата обращения: 26.12.2021).

текста, когда ключевые слова и идеи текста создают тематические («сценарные») структуры, извлекаемые из памяти на основе стандартных, стереотипных значений <...>; «Уровни сценарной структуры [Minsky 1980, с. 16]: <...> 4. Фрейм повествования — скелетные формы типичных рассказов, объяснений и доказательств, позволяющие слушающему сконструировать полный тематический фрейм», который включает информацию о фокусе внимания, главных действующих лицах, сюжете, развитии действия и т. п.² В нашем анализе сценарий фигурирует как форма для реализации детективной истории, как средство выявления проблем в сфере ВД. Рассмотрим фрагмент статьи Г. Шлыковой:

«Основной объективный недостаток работы художников-модельеров в том, что они материально не заинтересованы в творчестве (1). Больше того, за бездарные, посредственные модели их премируют, за талантливые — высчитывают деньги из зарплаты (2). Не верите? Судите сами (3).

Каждый модельер по плану обязан разработать шесть фасонов в месяц. Если он сделает не шесть, а восемь стандартных, «массовых» фасонов, тогда и жизнь хороша, и жить хорошо, он получает оклад и прогрессивку (4). Но если он даст только пять моделей — талантливых, необычных, оригинальных, — начинаются неприятности (5)»³.

Повествование начинается с тезисов общего (1) и конкретизирующего (2) характера («больше того»). Основной принцип — поиск объективного фактора, чаще — недостатка (1), диктующего возникновение различных ситуаций в пространстве вестиментарного дискурса, вплоть до курьезных (2). Таким образом адресат вовлекается в дискурс (3) «театра абсурда» с представлением фактов для разъяснения немыслимой ситуации (4). Участники дискурса становятся «актерами» этого «театра»; в пространстве вестиментарного дискурса нивелируется основной принцип ВД — творчество (выражен в эпитетах «талантливый», «необычный», «оригинальный»). Принцип креативности трансформируется, превращается в свою противоположность, обуславливающую возникновение неприятностей (5).

Следующий фрагмент анализируемой статьи представлен в виде сценария (сцены), согласно которому неприятности структурируются соответствующими единицами («для начала», «потом»): *«Для начала модельер не получает прогрессивки, потому что не перевыполнил плана, хотя приемочная комиссия Дома моделей и отметила особо все работы (1). Потом приезжают самые грозные обвинители талантов (а) — руководители швейных предприятий (б). Они тщательно посмотрят, похвалят все пять талантливых работ и купят все восемь стандартных (потому что у них тоже план, вал, прогрессивка) (в) (2). А администрация Дома моделей высчитывает деньги из зарплаты модельера за непроданные фасоны (3). Найдутся ли после этого охотники до оригинальных фасонов (4)? Модельер материально заинтересован в выпуске неинтересной продукции (5)»³.*

В начале данного фрагмента репрезентируется исходная противоречивая ситуация с помощью concessiva («хотя») (1); далее следует реализация абсурдного решения посредством театрализации события: на сцену выходят главные участники — «вредители» [16, с. 31] — руководители (б), характеризуемые с помощью перифразы (а) как участники экономико-юридического процесса. Их действия даны в перечислении, создающем карикатурную патетику (причина-аргумент выведена автором в скобки, выделена нами подчеркиванием) (в) (2): в аргументе слышатся имплицированные реплики «вредителей». Ирония лексически выражена

² Демьянков В.З. Сценарий // Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина; под общ. ред. Е.С. Кубряковой. М.: Филол. ф-т МГУ им. М.В. Ломоносова, 1996. С. 181–182. URL: <http://www.infolex.ru/Cs25.html> (дата обращения: 26.12.2021).

³ Советская культура. 1965. № 111(1915), 18 сентября. С. 2. URL: <https://portal-kultura.ru/upload/iblock/552/1965.09.18.pdf> (дата обращения: 26.12.2021).

наречием («тщательно») в качестве интенсификатора действия «посмотрят» и сочинительным союзом «и» в качестве противительного коннектора (в роли «но»/«а»). Союз «и» вкуче с заключенным в скобки аргументом в данном случае «оправдывает» несообразность действий институциональных участников ВД. Далее повествуется о вынужденном «естественном» ходе событий (3). В аргументации автор применяет и риторический вопрос (4), который сопровождается выводом — основным тезисом (5), утверждающим неутешительный исход ситуации и положение, в котором оказывается художник-модельер, вынужденный отказываться от принципа креативности из соображений необходимости «творить» в интересах экономики.

Актуализация эффекта обманутого ожидания

Основная проблема, обсуждаемая в рассматриваемом вестиментарном дискурсе, — это разрыв между целями и деятельностью его участников, т. е. неспособность одних (руководителей и производителей) доводить до логического конца, воплощать идеи других (творческого адресанта). Рассмотрим статью авторства Д. Владимировой, состоящую из нескольких разных блоков информации, снабженных замечательными фотоиллюстрациями и занимающих целую газетную страницу под общим заголовком «Красиво одеваться!» в выпуске «Советской культуры» от 28 апреля 1960 года. Здесь указанная нами проблема формулируется в общем виде и представлена в начале статьи: «...Но платье, сшитое даже по самым совершенным образцам, мало обрадует сердце женщины, если она не может его приобрести. Вам нравятся эти новейшие модели, товарищи женщины! Вы хотите уже этим летом носить такие платья, костюмы, сарафаны! К сожалению, мы можем посоветовать вам: шейте сами или закажите платье в ателье. Ибо время, потраченное вами на поиски в магазинах готового платья, почти наверняка окажется напрасно потерянным»⁴.

Обозначенная проблема в статье раскрывается на конкретных образцах с использованием различных аргументативных средств. Рассмотрим пример, в котором используется прием «эффект обманутого ожидания», разворачиваемый в форме сценария моделируемой ситуации, отражающей предполагаемую покупку наряда: «Вы платите в кассу 60 рублей и становитесь обладательницей нарядного вечернего платья (1). Нет, не думайте, что мы по ошибке пропустили ноль (2): именно 60 рублей стоило бы платье по модели художницы В. Араловой из черного сатина с набив[н/к]ой бронзы (3). Стоило бы... если бы продавалось! (4)»⁴.

Эффект обманутого ожидания берет свое начало в настоящем времени в перспективе возможного, как факт (1). Имплицитный диалог автора с читателем, выраженный в отдельных высказываниях, имитирующих реплики, содержит доверительный тон, что способствует возможности ненадолго оставаться в ситуации приятных перемен, эстетического удовольствия, подкрепленного немаловажным материальным аргументом. Раскрытие иллюзии маркировано двоеточием (2), выполняющим функцию паузы, после которой, к сожалению и автора, и читателей, наступит (и наступает) момент разочарования. Он синтаксически выражен сослагательным наклонением и подкреплен аргументативным маркером («именно»). Разочарование читателя усугубляется посредством констатации существенных для адресата фактов, а именно: указанием имени автора модели, известного художника-модельера; характеристикой фактуры и цвета ткани вечернего наряда (3). В завершающей части наблюдаем продолжение действия сослагательного наклонения, выраженного в повторе («стоило бы»), возвращающего нас к линии возможного; однако следующая за ним пауза (многоточие),

⁴ Д. Владимирова. Красиво одеваться! // Советская культура. 1960. № 51(1076), 28 апреля. С. 4. URL: <https://portal-kultura.ru/upload/iblock/607/1960.04.28.pdf> (дата обращения: 26.12.2021).

сохраняющая интригу, далее способствует актуализации эффекта обманутого ожидания, дополняясь восклицательным знаком (4). В коротком фрагменте текста можно выделить композиционные части, как в полноценном тексте: зачин (1), развитие (2), кульминация (3), развязка (4). Зачин как надежда на благоприятный сценарий (1) сменяется на неблагоприятный результат с эффектом обманутого ожидания (4).

Объективность и субъективность профессионального дискурса

Вернемся к статье Г. Шлыковой «Сколько лет моде?» в выпуске газеты «Советская культура» от 18 сентября 1965 г. Статья написана в научно-популярном жанре, композиционно представлена чередованием форм: повествование о научных принципах сменяется на разговор с читателем «по душам».

Следующий абзац статьи, не лишенный и юмористической составляющей, по указанному принципу чередования содержит признаки профессионального дискурса (описание характеристик изделия) (1) со ссылкой на традицию, эстетический опыт, полезный в инновационном аспекте (4). Переходом между ними служит вопрос практического характера (2), который удерживает внимание читателя в качестве собеседника (диалогизирование), обеспечивая дискурсивность текста статьи. Далее в трех высказываниях кратко излагается суть перехода к историческому опыту с указанием на поиски (а) и нахождение решения (б), а также на его источник вдохновения (в) (3). В результате профессиональное повествование содержит объективное изложение сути вопроса и выражение личного эмоционального отношения (4):

«До нынешнего модного сезона мы знали два вида головных уборов: шапку и платок. Модные меховые шапки можно надеть только на макушку или в крайнем случае на лоб. Модный платок, напротив, закрывает лишь шею и уши. В зависимости от того, что вы хотите простудить — голову или шею, — вы и надеваете платок или шапку (1). А как быть с теми, кто не хочет простужать ни того, ни другого? (2) Долгое время этот вопрос оставался открытым (а). Наконец вспомнили старинный головной убор (б). На картинах, изображающих старую боярскую Русь, его можно видеть часто (в) (3). Но какая изумительная цветовая гамма в одежде, какая тонкость вкуса, культура цвета, как эта венчающая конусообразная шапка гармонирует со всем нарядом и с типом русского лица! (4)»³.

В последнем высказывании (4) автор эмоционально (эмоция восхищения) и экспрессивно подчеркивает эстетическую ценность предмета национального костюма — головного убора. Экспрессивность синтаксически выражена параллельными конструкциями («Но какая..., какая..., как...») и восклицанием, а лексически представлена различными частями речи, выполняющими характеризующую функцию (*изумительная цветовая гамма, тонкость вкуса, культура цвета, венчающая конусообразная шапка, гармонирует со...*).

Рефлексия как фактор адекватной реализации элементов вестиментарного дискурса: экспликативность дискурса

Творческие находки, содержащие источник вдохновения, требуют рефлексии. Отсутствие рефлексии (1) как индикатор отсутствия вкуса обуславливает необходимость комментирования с помощью сравнения с привлечением негативных образов: *«А вот плоды слепого подражания: серо-буро-малиновая шапка и такой же платок — ни дать, ни взять огородное чучело (1). Нужно многое обдумать, прежде чем надеть на себя ультрамодную новинку (2). Модельеры должны многое объяснить населению, рассказать ему о новой модели, прежде чем предлагать ее (3). От продавцов тоже надо ожидать квалифицированных консультаций (4). Ведь не все могут носить одиннадцатисантиметровый каблук-шпильку (5).*

Так и этот головной убор (6). Очевидно, он целесообразен и красив, но при соблюдении определенных условий. Он должен обязательно гармонизировать с вашей походкой, одеждой, типом лица, манерой держать себя (7)»³.

Дискурс развивается от общего тезиса (2) к конкретным действиям участников коммуникации (3 и 4) (выделено подчеркиванием). Аксиология выражается посредством модальности долженствования: в качестве наглядного примера для сравнения с предметом обсуждения (6) используется яркий образ (5). Рассуждение вводится коннекторами («ведь», «так и этот»). Просветительская (наряду с эстетической) функция реализуется в объяснении необходимости соблюдения эстетических принципов (основной — гармония) уже со стороны адресатов (7).

Тональность дискурса: оптимистичный финал как установка автора статьи

Тональность основана на принципах «в каждом правиле имеется исключение» и «спасение утопающих — дело рук самих утопающих». В качестве «оптимистов» выступают «герои» (1), участники дискурса, действующие согласно своим функциям, выполнение которых может стать спасением для ВД (2):

«Оговоримся, что среди модельеров охотники до самобытных фасонов все-таки находятся (1). Творчески одаренные люди на свой страх и риск пытаются что-то сделать (2). Но насколько продуктивнее мог бы стать их труд... (3)

Цель этих предложений — напомнить, что у Москвы давно есть все возможности стать законодательницей мод. Зримо напомнить[,] на практике (4)»³.

Легкая грусть в связи со сложившейся ситуацией и вдохновляющие интенции автора — желание чего-то большего, чего-то более продуктивного и интересного — лексико-грамматически выражены посредством противительного коннектора «но», наречия «насколько», сослагательного наклонения, многоточия (3). Оптимистичная тональность автора выражена в выводе о реальных и потенциальных возможностях для осуществления амбициозных проектов, а также подкреплена с помощью употребления восходящей параллельной конструкции (4).

Заключение

Таким образом, в эпоху дефицита, несформированной теории моды и отсутствия рефлексии в кругу ответственных участников вестиментарного дискурса, а также в ситуации рассогласованности их действий (не в последнюю очередь связанной с экономическими вопросами и требованиями производства), наступил этап определения эксплицитного направления дискурса в сторону формирования эстетического вкуса его адресатов. Данный вопрос определяет перспективу наших исследований: проблему взаимодействия понятий «вкус» и «мода» как основных концептов советского вестиментарного дискурса 1960-х гг. мы планируем освещать и развивать в наших последующих публикациях.

ЛИТЕРАТУРА

1. Азархи С.В. Модные люди: К истории художественных жестов нашего времени / С.В. Азархи. — СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2012. — 376 с.: ил.
2. Виниченко И.В. Советская мода в контексте социально-экономической и культурной жизни СССР от «оттепели» до «застоя»: традиции и новые реалии: монография / И.В. Виниченко; Минобрнауки России, ОмГТУ. — Омск: Изд-во ОмГТУ, 2017. — 112 с.: ил. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=30597751> (дата обращения: 26.12.2021).
3. Гурова О.Ю. Идеология потребления в советском обществе / О.Ю. Гурова // Социологический журнал. — 2005. — № 4. — С. 117–131. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17937125> (дата обращения: 26.12.2021).
4. Журавлев С.В. Мода и социализм: материалы к обсуждению / С. В. Журавлев // Труды ИРИ РАН. — 2012. — № 10. — С. 343–358. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21113296> (дата обращения: 26.12.2021).
5. Карасик В.И. О типах дискурса / В.И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. / Под ред. В.И. Карасика, Г.Г. Слышкина. — Волгоград: Перемена, 2000. — С. 5–20.
6. Косицкая Ф.Л. Дискурс моды и его жанровая дифференциация / Ф.Л. Косицкая // Вестник ТГПУ. — 2014. — № 4(145). — С. 22–27. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21496765> (дата обращения: 26.12.2021).
7. Ньюбина Л.М. Дискурс «мода»: терминологический аспект / Л.М. Ньюбина // Известия СмолГУ. — 2016. — № 3(35). — С. 158–170. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28391793> (дата обращения: 26.12.2021).
8. Ньюбина Л.М. Мода как лингвокультурный феномен / Л.М. Ньюбина // Вопросы филологии. — 2017. — № 4(60). — С. 29–36. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44464194> (дата обращения: 26.12.2021).
9. Гусарова П.В. Лексика индустрии моды 1950–1970 гг. / П.В. Гусарова // Современные научные исследования и инновации. — 2015. — № 6–4(50). — С. 144–147. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=24121754> (дата обращения: 26.12.2021).
10. Аракелова А.Р. Дискурс моды как аксиологически нагруженное лингвопространство / А.Р. Аракелова // Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики. — 2016. — № 9. — С. 20–26. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25594515> (дата обращения: 26.12.2021).
11. Болотова Ю.С. Аксиологический аспект дискурса моды / Ю.С. Болотова // Вестник МГОУ. Серия: Лингвистика. — 2011. — № 4. — С. 16–22. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17563150> (дата обращения: 26.12.2021).
12. Болотова Ю.С. Лингводидактический аспект дискурса моды / Ю. С. Болотова // Вестник МГЛУ. — 2011. — № 626. — С. 22–29. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=17871053> (дата обращения: 26.12.2021).

13. Детинкина В.В., Мерзлякова А.Х. Образ женщины в рекламном дискурсе: сопоставительный анализ / В.В. Детинкина, А.Х. Мерзлякова // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвуз. сб. науч. тр. — Вып. 8 / Отв. ред. А.Г. Пастухов. — Орёл: ОГИИК, 2010. — С. 88–97. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32645128> (дата обращения: 26.12.2021).
14. Манасян Л.Ю. Специфика реализации функций вестиментарного дискурса 1960-х гг. (на материале статей из газеты «Советская культура») / Л.Ю. Манасян. — DOI 10.18454/RULB.2021.28.4.38 // Russian Linguistic Bulletin. — 2021. — № 4(28). — С. 158–161. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=47483772> (дата обращения: 26.12.2021).
15. Болотова Ю.С. Об особенностях дискурса моды / Ю.С. Болотова // Вестник МГЛУ. — 2011. — № 610. — С. 131–140. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=16518613> (дата обращения: 26.12.2021).
16. Пропп В.Я. Морфология сказки / В.Я. Пропп. — 2-е изд. — М.: Главная редакция восточной литературы изд-ва «Наука», 1969. — 168 с. — (Исследования по фольклору и мифологии Востока). — URL: https://imwerden.de/pdf/propp_morfologiya_skazki_1969__ocr.pdf (дата обращения: 26.12.2021).

Manasyan Liana Yurievna

Kuban State University, Krasnodar, Russia

E-mail: li.manasyan@gmail.com

RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=841836

Linguistic argumentative approach to the analysis of the vestimentary discourse of the Soviet periodical press of the 1960s

Abstract. This article is part of the author's dissertation research. Our research, which began with the study of fashion discourse in general and the fashion discourse of the 1960s in particular, led us to the discovery of the fact that in this field there are currently no linguistic works covering the period of the second half of the 20th century.

The author presents a review of several Russian-language sources — monographs and articles written in the 21st century by Russian researchers in the fields of cultural studies, art history, sociological and economic research, analysing the features of the 1960s era in the spheres of production and consumption in the Soviet Union.

Our article presents a linguistic argumentative approach to the analysis of the vestimentary discourse that unfolded on the pages of Soviet printed periodicals in the 1960s; articles and notes from the newspaper “Sovetskaya Kultura” [Soviet Culture] were especially interesting for us. In the article, we pay attention to the following aspects identified by us, inherent in the newspaper vestimentary discourse of the analysed era: the tactics of exposing anti-creativity (detective script); actualisation of the effect of deceived expectations; objectivity and subjectivity of professional discourse; reflection as a factor of the adequate implementation of vestimentary discourse elements (explicativeness of discourse); the tone of discourse (an optimistic ending as the author's attitude). Each of the listed blocks of our work is illustrated by vivid examples — excerpts from two articles from the newspaper “Sovetskaya Kultura” [Soviet Culture] for 1960 and 1965. Using the methods of contextual and linguistic argumentative analysis, we find that the Soviet vestimentary discourse of the 1960s was characterised by dialogueness, explicativeness, and concern for the addressee.

The results of our research can be practically applied in teaching the following disciplines: discourse and communicative practices, linguistic argumentation, text analysis and interpretation, the history of Russian journalism, the language of press.

Keywords: fashion discourse; vestimentary discourse; newspaper discourse; Soviet culture; the 1960s; discourse analysis; linguistic argumentative analysis; script; dialogueness; explicativeness