

## FASHION DISCOURSE VS FASHION DISCOURSE OF GLOSSY MAGAZINE

Iskhakova O.S. (Russian Federation)  
Email: Iskhakova425@scientifictext.ru

*Iskhakova Olga Sergeevna – assistant,  
FOREIGN LANGUAGES FOR PROFESSIONAL COMMUNICATION DEPARTMENT,  
INSTITUTE OF ECONOMICS, FINANCE AND BUSINESS, BASHKIR STATE UNIVERSITY, UFA*

**Abstract:** *this article is devoted to the analyzes of such conterminous concepts as fashion discourse and fashion discourse of glossy magazine, which in turn are objects of interdisciplinary study. The purpose of the study is related to the identification of the distinctive characteristics of fashion discourse and fashion discourse of glossy magazine. The study reveals the importance of such terms as «fashion», «fashion discourse», «media discourse», considers the classification of the print media and determines the position of glossy fashion magazines with reference to the described classification.*

**Keywords:** *fashion, fashion discourse, media, magazine, a glossy magazine, a glossy fashion magazine, glossy fashion discourse.*

## ДИСКУРС МОДЫ VS ГЛЯНЦЕВЫЙ ЖУРНАЛЬНЫЙ ДИСКУРС МОДЫ Исхакова О.С. (Российская Федерация)

*Исхакова Ольга Сергеевна – ассистент,  
кафедра иностранных языков для профессиональной коммуникации,  
Институт экономики финансов и бизнеса,  
Башкирский государственный университет, г. Уфа*

**Аннотация:** *статья посвящена анализу таких пограничных понятий как дискурс моды и глянцевого журнального дискурса моды, которые, в свою очередь, являются объектами междисциплинарного изучения. Цель исследования связана с выявлением отличительных характеристик дискурса моды и глянцевого журнального дискурса моды. В ходе исследования раскрывается значение таких терминов, как «мода», «дискурс моды», «дискурс масс-медиа», рассматривается классификация печатных СМИ и определяется положение глянцевого журнального дискурса моды относительно приведенной классификации.*

**Ключевые слова:** *мода, дискурс моды, СМИ, журнал, гляцевый журнал, гляцевый журнал о моде, гляцевый журнальный дискурс.*

Мода является весьма многосторонним феноменом современной жизни. Соответственно, дискурс моды обладает очень сложной природой и находится в тесном взаимодействии с научным, искусствоведческим, историческим, медийным, рекламным и другими дискурсами. Цель статьи – выявить отличительные характеристики дискурса моды и журнального дискурса моды. Для достижения поставленной цели необходимо уточнить значение таких терминов, как «мода», «дискурс моды», «журнальный дискурс моды», «вестиментарный код», а также рассмотреть классификацию печатных средств массовой информации.

Согласно определению энциклопедии моды и одежды, «мода» (франц. mode от лат. modus – мера, образ, способ, правило, предписание) характеризуется быстрым распространением и кратковременным господством определенных вкусов в отношении одежды или какой-либо другой сферы жизни. Главной чертой моды является ее частая сменяемость. В широком значении, термин «мода» относится к явлениям культуры, включая материальные и духовные ценности, сформированные человечеством в процессе его становления. В узком смысле модой называют смену фасонов одежды, головных уборов и аксессуаров [7]. Дискурс моды – «это продукт сознательного творчества людей мира моды, являющийся вестиментарным кодом и включающий в себя совокупность значимых оппозиций и правил сочетания элементов одежды» [5, с. 23]. Вестиментарная мода – это противопоставление трех систем (трех одежд), размещенных на страницах модного периодического издания: 1) одежды-образа (фотографии или рисунка); 2) одежды-описания (текста) и 3) фактической одежды [5]. В журналах о моде существуют два различных типа представления одежды: «одежда-образ», представлена на фотографиях или рисунках и «одежда-описание», т. е. одежда, преобразованная в речь [1]. «Одежда-образ и одежда-описание отсылают к одной и той же реальности (костюму, платью и т. п.), однако их структура неодинакова, так как они сделаны из разных материалов. Первая структура – пластическая, вторая – вербальная» [5, с. 23]. «Вестиментарный знак может читаться лишь через дискурс, превращающий его либо в функцию (эта вещь служит для такого-то мирского применения), либо в утверждение ценности (эта одежда – в моде), следовательно, одежда-описание обязательно включает в себя, по крайней мере, два типа знакового отношения» [1, с. 71]. Таким образом, в высказываниях моды существуют две информационные

системы: языковая система (естественный язык) и система вестиментарная, в соответствии с которой одежда означает либо внешний мир, либо моду [5].

Необходимо отметить, что реализация СМИ происходит посредством особого масс-медийного дискурса. Согласно точке зрения С.В. Ивановой, «дискурс масс-медиа предполагает процесс порождения соответствующих текстов в определённом культурном контексте. <...> массмедийный текст является своеобразной проекцией культурного пространства, что имеет целый ряд следствий в плане особенностей структуры, содержания и языкового наполнения данного вида текста» [4, с. 29]. Печатные СМИ подразделяются на следующие основные группы: газеты, журналы и бюллетени. Так как в данном исследовании анализу подвергается журнальный дискурс моды, то группа «журналы» заслуживает более тщательного рассмотрения. Журнальная продукция содержит статьи или художественные произведения разных авторов, рисунки, иллюстрации и характеризуется периодичностью выхода в свет: еженедельно, ежемесячно. Данную печатную продукцию можно разделить на следующие основные виды: литературно-художественный журнал, общественно-политический журнал, научный журнал, научно-популярный журнал, производственно-практический журнал, гляцевый журнал [6].

В приведенной классификации печатных СМИ среди перечисленных видов журналов как отдельный подвид следует выделить *гляцевые журналы о моде*. Определение термина «гляцевый журнал» складывается из двух значений: прямого (гляцевая блестящая обложка) и переносного (лоск, блеск, идеальность) [3]. Необходимо отметить, что гляцевые журналы «пропитаны» идеологией гламура. Согласно данным большого энциклопедического словаря термин «гламур» определяется, как «показная роскошь, демонстративное великолепие; нарочитый шик» [2]. Следовательно, под гляцевым журналом о моде понимается периодическое издание, которое рассчитано на определенную читательскую аудиторию, это так называемая энциклопедия гламурной жизни с яркими иллюстрациями и определённым набором статей, которые учат читателя, как необходимо жить, что смотреть, а также как одеваться, чтобы соответствовать гламурному образу т.н. селебрити. Главной целью данного издания является создание определенного стиля жизни у читателя.

Таким образом, гляцевый журнальный дискурс является подтипом масс-медиа и определяется как «дискурс гляцевых журналов, имеющий имиджево-рекламный и информационно-развлекательный характер, раскрывающий особенности стиля жизни члена потребительского общества информационной эпохи с позиций «философии гламура» [6, с. 32]. Основной целью дискурса гляцевых журналов является «формирование у реципиента стремления к стилю жизни, диктуемому данным типом изданий, реализуемое через особый способ подачи материала, включающий превосходное визуальное оформление и специфический набор тем, характерный для так называемого «гламурного» стиля жизни» [6, с. 226].

#### *Список литературы / References*

1. *Барт Р.* Система Моды. Статьи по семиотике культуры / пер. с франц., вступ. ст. и сост. С.Н. Зенкина. М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. 512 с.
2. Большой энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc3p/> (дата обращения: 07.03.2017).
3. *Даль В.И.* Толковый словарь живого великорусского языка Владимира Даля. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://slovardalja.net/> (дата обращения: 07.03.2017).
4. *Иванова С.В.* Политическая коммуникация как образец речевого манипулирования / С.В. Иванова, Р.Т. Садуов // Политическая лингвистика, 2008. № 25. С. 52–59.
5. *Косицкая Ф.Л.* Дискурс моды и его жанровая дифференциация / Ф.Л. Косицкая // Вестник ТГПИУ, 2014. Вып. 4. С. 22–26.
6. *Скулкин О.В.* Гляцевый журнальный дискурс в России XXI века: лингвориторические параметры функционирования гендер-идеала: дис. ... канд. филол. наук (10.02.19) / О.В. Скулкин. Сочи: Сочинский государственный университет, 2015. 250 с.
7. Энциклопедия моды и одежды. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://encdic.com/enc\\_fashion/](http://encdic.com/enc_fashion/) (дата обращения: 07.03.2017).

#### *Список литературы на английском языке / References in English*

1. *Bart R.* Sistema Mody. Stat'i po semiotike kul'tury. Fashion System. Articles about semiotics of culture. / trans. from French / S.N. Zenkina. M.: Izdatel'stvo im. Sabashnikovykh. Publishing House of Sabashnikovs, 2003. 512 p. [In Russian].
2. Bol'shoj entsiklopedicheskiy slovar'. Big encyclopaedic dictionary. [Electronic resource]. URL: <http://dic.academic.ru/contents.nsf/enc3p/> (accessed date: 07.03.2017) [In Russian].

3. *Dal V.I.* Tolkoviy slovar' zhivogo velikorusskogo yazyka Vladimira Dalya. Explanatory dictionary of the living great Russian of Vladimir Dal. [Electronic resource]. URL: <http://slovardalja.net/> (Accessed date: 07.03.2017) [In Russian].
4. *Ivanova S.V.* Politicheskaya kommunikatsiya kak obrazets rechevogo manipulirovaniya. Political communication as a model of speech manipulation / S.V. Ivanova, R.T. Saduov // Politicheskaya lingvistika [Political Linguistics], 2008. №. 25. P. 52–59 [In Russian].
5. *Kositskaya F.L.* Diskurs mody i yego zhanrovaya differentsiatsiya. Fashion discourse and its genre differentiation. / F.L. Kositskaya // Vestnik TGPU [Bulletin of TSPU], 2014. Issue. 4. P. 22–26 [In Russian].
6. *Skulkin O.V.* Glyantsevy zhurnal'niy diskurs v rossii XXI veka: lingvitoricheskie parametry funkcionirovaniya gender-idealan [Glossy magazine discourse in Russia of the XXI century: linguoritoric parameters of the functioning of the gender ideal: dis. ... cand. philol. sciences (10.02.19) / O.V. Skulkin. Sochi: Sochinskiy gosudarstvenniy universitet [Sochi State University], 2015. 250 p. [In Russian].
7. Entsiklopediya mody i odezhdy. Encyclopedia of fashion and clothing. [Electronic resource]. URL: [http://encdic.com/enc\\_fashion/](http://encdic.com/enc_fashion/) (Accessed date: 07.03.2017) [In Russian].