

9. Эскивель Л. Чампуррадо для жены моего мужа / пер. с исп. А. Проценко. М.: РИПОЛ Классик, 2011. 320 с.

10. Эскивель Л. Шоколад на крутом кипятке / пер. с исп. П. Грушко. СПб.: Амфора, 2004. 269 с.

11. Diccionario de americanismos [Электронный ресурс]. URL: <https://www.asale.org/damer/champurrado> (дата обращения: 20.02.2023).

12. Esquivel L. Como agua para chocolate. Barcelona: Grijalbo Mondadori, 1989. 211 p.

УДК 811

*Н. Г. Иванова (Орехово-Зуево Московской области, Россия)
Государственный гуманитарно-технологический университет*

Стилистика современного фэшн-блога

Популярность блогосферы в современном мире обуславливает интерес к языковому оформлению текстов блогов. В рамках статьи автор рассматривает специфику стилистического оформления блогов с учетом ключевой задачи – охвата широкой целевой аудитории и побуждения потенциальных покупателей к приобретению товара. Язык современного фэшн-блога своевременно реагирует на все изменения в социальной жизни.

Ключевые слова: блогосфера, фэшн-блог, стилистические особенности, разговорный стиль

Понятие «блог» (blog) появилось в последнее десятилетие как одно из самых модных явлений сети Интернет.

Blog – a web page that is made up of information about particular subject, in which the newest information is always at the top of the page [2, p. 142].

Vlogging – регулярная публикация контента в сети Интернет с целью привлечения целевой аудитории. Отметим, что блогеры предлагают свою информацию в различных областях деятельности человека, что позволяет нам рассмотреть блоги, касающиеся современной моды, как одну из ключевых ниш, отражающих современное состояние быстро меняющейся общественной жизни и, как следствие, языка. Современное общество превозносит престиж одежды, поскольку она регламентирует социальные отношения между людьми, занимающими различные положения в социальной иерархии. Мода многолика и отражает не экономические, политические и духовные изменения в обществе [1, с. 140].

Fashion – style of clothes, hair, etc. that is popular at a particular time [2, p. 542].

Каждый блогер, так же, как и автор статьи журнала мод (Cosmopolitan, Vogue, Glamour, Harper's Bazaar), имеет свой язык и стиль информирования

своих почитателей. Этот язык имеет особую лексику, фонетику, синтаксис и грамматику, реализуя при этом свойственные только ему языковые приемы, помогающие достигнуть необходимого влияния на пользователя.

Если обратиться к специфическим функциям языка блогера моды, то, согласно ученому-лингвисту Р. Барту, к ним можно отнести: имобилизационную (устраняет неопределенность восприятия), познавательную (расширяет информацию о предлагаемом предмете одежды), эмфатическую (эмоционально воспринимает предложенный модный контент). В каждом предложенном варианте современной одежды блогер через свой собственный язык пытается создать образ своего современника – стильного, элегантного, оригинального, непохожего на других.

Следует обратить внимание на фонетические, стилистические и морфологические приемы блогерского текста модных аккаунтов, при помощи которых создается язык целевой аудитории, интересующейся данной темой.

Анализ особенностей языка блога целесообразно начать с фонетических средств выразительности, которые помогают передать экспрессивность речи, т.е. оказывать воздействие на эстетическую и эмоциональную сторону человека, получающего необходимую ему информацию из данного блога, и достигнуть необходимого влияния на потребителя.

К фонетическим приемам можно отнести следующие:

1) аллитерация – использование ряда слов, начинающихся с одного и того же согласного звука, для достижения особого эффекта при звучании. В большинстве случаев данный прием можно встретить в заголовках блога или на страницах модных журналов. Например, “Capsule Classics” (Harper’s Bazar, 2020), “Charlie Chooses” (Glamour, 2020), “Borrowed From the Boys” (Marie Claire, 2020). В статье “The anything but simple Rivington tank Dress” мы видим такой пример аллитерации: “Spring is about stripping away” при сочетании звуков [str] и [spr];

2) ассонанс – повторение одинаковых или однородных гласных звуков для получения своеобразного звукового оформления. Например, “Feel Like a Steel” (Vogue, 2020), “Fashion Is Facing Mountains of Unsold Inventory” (Vogue, 2020). В статье “The Perfect Spring Shirt” блогер начинает с ассонанса “to boost my mood”, где схожесть звучания обусловлена единственным гласным звуком [u:];

3) рифма – созвучие в окончании нескольких слов “Tired: Blanket Dressing. Wired: Towel Dressing” (Vogue, 2020), “Take a Break” (Elle, 2020);

4) обратная или диссонансная рифма – неполная рифма, при которой часть или все согласные обоих слов совпадают: “Flower Power” (Marie Claire, 2020), “Transparency Will Get This Industry Back on Track” (Vogue, 2020). В статье “The Perfect Spring Shirt” также можно обнаружить обратную рифму в пред-

ложении “It excludes confidence and class and has a timeless appeal.” Слова “confidence”, “timeless” и “class” за счет повторяющегося шипящего звука [s] в сочетании с гласным перед ним создают звуковое сходство.

Что же касается морфологического уровня языка блога, то следует отметить, что чаще всего авторы используют повелительное наклонение, как бы напрямую общаясь со своей аудиторией, побуждая к действию, т.е. к покупке рекламируемого продукта. “Envelope yourself in one of the super soft scarves for extra comfort” (Harper’s Bazaar, 2020).

Для более тесного контакта со своей аудиторией блогер использует местоимение “We”, что указывает на сопричастность участника процессу совместного выбора модной одежды для создания соответствующего ему образа: “It is not Who we are, It is What we wear”, “What we wear has a knock-on effect on how we feel, we’ve rounded up 10 pieces we hope we’ll spark joy” (Harper’s Bazaar, 2020).

Синтаксис в тексте блога и в статьях современных модных журналов также значим. Среди наиболее продуктивных синтаксических выразительных средств выделим следующие:

1) parenthesis (вставка, вводное слово) – уточнение, определяющее позицию автора, выражающее его собственное мнение относительно моды: “Clothes are, of course, an expression of who we are – arguably one of the more vital things to remember now – not just to the world but also to ourselves” (Cosmopolitan, 2020);

2) rhetoric question (риторический вопрос), где ответ на вопрос заложен в самом вопросе и используется для усиления впечатления и привлечения внимания аудитории: “But has the time come to move on?” (Glamour, 2020);

3) suspense (умолчание) – стилистический прием, при котором содержание мысли остается незаконченным, что побуждает читателя использовать воображение: “But how did this elements which make a CHANEL jacket so revolutionary also serve in making a CHANEL jacket so alluring? Enter Karl Lagerfeld” (Marie Claire, 2020);

4) parceling (намеренное расчленение связанного текста): “Cashmere? Check. Tie Dye? Check. Short sleeves so you can wear it any season? Check” (Elle, 2020).

Одним из способов оказания эмоционального влияния на аудиторию блогера является общая стилистика текста. Многие блогеры предпочитают неформальный стиль общения со своей аудиторией, используя разговорный вариант, чтобы расположить к себе читателя, создавая при этом эффект дружеской беседы. Употребление в речи сокращений и аббревиатур создает комфортную атмосферу, где блогер – друг и советчик, на которого можно положиться при выборе модной одежды: “for ya” – “for you”, “lol”, “I’ve gotta tell you»).

Часто блогер использует лексические стилистические средства, которые помогают ему создать более яркий образ при представлении какого-либо изделия клиенту-собеседнику, убеждая его в необходимости данной покупки:

1) гипербола – намеренное преувеличение: “They’re also accumulating mountains of unsold inventory” (Vogue, 2020):

2) метафора – употребление слова или выражения в переносном значении на основе какой-либо аналогии или сходства: “Gift for men that you totally want to steal for Yourself” (Cosmopolitan, 2020);

3) эпитет – определение, добавляющее слову большую выразительность: “The crinkled, cream, wrap over blouse in an airy, pattern-weave fabric features a puffed sleeve...” (Glamour, 2020);

4) метонимия – перенос наименования с одного предмета или явления на другое на основе смежности: “...add a pair of black cut – offs...” (Cosmopolitan, 2020); “cut-offs” – короткие шорты, создающие эффект обрезанных джинсов;

5) олицетворение – приписывание неодушевленным объектам свойств живого существа: “...nothing shouts spring like a crisp white blaser with a red gros-grain ribbon trim” (Harper’s Bazaar, 2020);

6) перифраз – замена термина его описанием: “The juxtaposition of the two colours and shapes create an artistic display, giving this ring a very dynamic and special feel” (Marie Claire, 2020).

Каждый из перечисленных языковых приемов в той или иной степени способствует выполнению главной цели блогера – рекламирование модной одежды эмоциональным, образным языком, вызывающим желание покупателя приобрести предлагаемое изделие. При этом автор блога использует различные стилистические приемы и интенсификаторы для создания образно-эстетического языка и более яркой подачи того или иного предмета гардероба.

Литература

1. Иванова Н. Г., Кириллова А. В., Меренкова Д. Е., Шурупова М. В. Лексические особенности современного фэшн-дискурса // Казанская наука. 2022. № 9. С. 140–142.

2. Longman Active Study Dictionary (5th Edition) / Pearson Educated Limited. London: Pearson ELT, 2010. 1104 p.