

# СОВРЕМЕННЫЕ ЕВРОПЕЙСКИЕ ЯЗЫКИ

УДК 81'42.801.781:0/9  
811.133.1811.161.1

Ф. Л. Косицкая

## РЕЧЕВОЙ ЖАНР ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ЭТНОКУЛЬТУРЫ

Коммуникация каталога моды, которую структурируют жанры, есть часть культуры. Речевой жанр является приоритетным объектом изучения лингвокультурологии. Адекватное осмысление речевых жанров (особенно их сравнение) невозможно без учета культурологических аспектов жанров, т. е. аспектов проблемы «жанр и культура».

**Ключевые слова:** речевой жанр, каталог, мода, дискурс, коммуникация, сравнение, культура.

Проблема речевого жанра (далее – РЖ) остается и в XXI в. на пике исследовательского интереса лингвистов. М. М. Бахтин отмечал: «Мы говорим только определенными речевыми жанрами... Мы обладаем богатым репертуаром устных (и письменных) речевых жанров. ...Даже в самой свободной и непринужденной беседе мы отливаем нашу речь по определенным жанровым формам... Эти речевые жанры даны нам почти так же, как нам дан родной язык» [1, с. 81]. Следовательно, речевой жанр усваивается человеком одновременно с овладением родной лингвокультурой.

Множественность подходов к изучению РЖ породила многообразие их определений. Используя речеведческий подход к определению и опираясь на дефиниции речевого жанра М. М. Бахтина, М. Ю. Федосюка, Т. В. Шмелевой, мы предлагаем собственное определение РЖ. **Речевой жанр – это единица речи, представляющая собой типовую модель, объединенную единством цели, темы и композиции, воплощенную в одном или множестве текстов, реализованную с помощью вербальных и невербальных средств и состоящую из одного или нескольких речевых актов** [2, с. 57].

Коммуникация, являясь важнейшей частью культуры, структурирована речевыми жанрами. Следовательно, РЖ – это способ культурной коммуникации. Предметом нашего исследования стал макрожанр – каталог моды, специфический вид коммуникации. В настоящее время каталог моды (особенно французский каталог моды) – это результат интернациональной, межкультурной, межэтнической кооперации. Тем не менее он сумел сохранить свой национальный характер, «колорит», этническую принадлежность.

Описание жанрового своеобразия французской и русской культур на примере каталогов моды и их сравнение с этой точки зрения явились одной из

задач нашего исследования. «Исследование любого неуниверсального речевого жанра с неизбежностью является сравнительно-культурологическим исследованием, поскольку особенности такого жанра всегда обусловлены культурно...» [3, с. 262].

Феномен моды принадлежит к ценностным формам проявления эстетических отношений культуры. Попав в сферу массовой коммуникации, мода стала самостоятельным культурным объектом, в нем человек непосредственно выражает свое художественное мировоззрение. При употреблении слова «мода» обычно имеется в виду одежда, которая, в отличие от других предметов и форм культуры, универсальна в использовании и легко изменяется. Моду называют «камертоном» ритма эпохи, поскольку она чувствительна к малейшим изменениям в обществе. Мода прет-а-порте стала настоящей индустрией, ее тиражированием, распространением занимаются каталоги моды.

Речевой жанр и культура находятся в опосредованных отношениях, роль посредника выполняет дискурс. «На дискурсе всегда лежит печать историко-культурной и лингвокультурной детерминированности» [4, с. 53]. Рекламно-каталожный дискурс моды имеет сложную природу, он рожден на пересечении трех дискурсов: Моды, Рекламы и Почты, которые постоянно взаимодействуют друг с другом. «Дискурс является одним из важнейших условий лингвокультурологической идентификации того или иного речевого жанра» [4, с. 49]. Французский каталог моды имеет богатый репертуар жанров – 51 РЖ, в русском каталоге – всего 19 РЖ [5]. Сложная дискурсивная природа каталога моды обеспечивает богатую жанровую палитру и иерархию жанров: макрожанр, комплексный жанр, ядерный жанр, вариант жанра и субжанр.

Своеобразие и национальный характер каталогам моды придает использование вербальных и невербальных средств.

Языковое воплощение жанров имеет яркую характерную этническую (национальную) специфику. Для речевых жанров французского каталога характерно повествование от первого лица, указывающее на алгоритм действий читателей/клиентов каталога. Во французском каталоге структура вторичного РЖ «Описание модели» состоит из двух частей: 1) так называемой «литературы»; 2) технического описания, технической характеристики. Для «литературы» характерны ярко выраженная оценочность, субъективность в подаче материала, образность в презентации. Французский каталог моды не просто представляет модель, сообщая ее технические параметры, но и дает ей субъективную оценку. Вещь вербально «примеривается» на потребителя – потенциального клиента, заказчика каталога. Приведем пример: «*Cette gaine met en valeur votre taille de guêpe. Dans cette robe vous avez une silhouette de sirène. Un amour de robe esprit cache-coeur. Le charme et la fraîcheur des tenues plein été. L'éternelle petite robe noire qui fait l'allure de star! La sensualité des matières, la subtilité des teintures.*».

Презентация товара содержит также практические рекомендации по сочетаемости, комбинации данной модели с другими моделями на этой странице, в каталоге.

РЖ «Описание модели» в русском каталоге моды содержит только технические параметры товара. Для него характерны объективность и некоторая отстраненность в подаче материала. Вот пример: «Футболка с V-образным воротом (унисекс). Цвет: хаки. Ткань: хлопок»; «Брюки мужские спортивные (трансформер). Фирма: Россия. Состав: 100 % нейлон».

Для служебного речевого жанра французского каталога «Бланк заказа» характерно повествование от первого лица, указывающее на алгоритм действий читателей/клиентов каталога. РЖ «Бланк заказа» располагается на одной странице, не требует много времени для заполнения – только проставить «галочки» в соответствующих графах (важный фактор в условиях конкурентной борьбы между каталогами). Например: «*Je note ci-dessous mon*

*N°de client et mon adresse; Je note ci-dessous mes articles; Je choisis le mode de paiement; Je choisis le lieu de livraison.*».

Русский аналог расположен на трех страницах, включает инструкцию по заполнению бланка заказа, содержит императивные конструкции. Например: «Укажите полностью фамилию. На лицевой стороне бланка заказа подробно заполните все графы. Укажите требуемый рост. Количество – укажите цифрами, укажите фамилию. Укажите необходимый номер цвета. Впишите код, указанный в каталоге. Осуществляя банковский перевод, вы должны точно указать реквизиты получателя».

Этническое своеобразие каталогов моды проявляется в подаче визуальной информации, фотоматериала. Отметим особую роль невербальных средств. Каталог сначала просматривают, «видят», а затем читают. Французский каталог представляет фотоматериал динамично: товар представлен на манекенщиках, в движении. Видно КТО показывает и ЧТО представляет. Манекенщик демонстрирует вещь как предмет гардероба.

В русском каталоге фотоматериал представлен статично: товар изображен лежащим на полке как в магазине. Русский каталог моды показывает только то, ЧТО предлагается.

«Жанровое своеобразие каждой культуры определяется, во-первых, набором жанров и содержательными характеристиками, которыми наделяется каждый жанр в данной культуре, во-вторых, их соотношением, в-третьих, оценочным отношением к ним» [6, с. 6]. Различия французских и русских каталогов моды напрямую связаны с культурой, менталитетом французов и русских. Они позволяют сделать вывод о том, что «культура обобщает тот духовно-практический опыт этноязыковой общности, в пространстве которого формируются и реализуются соответствующие речевые жанры» [3, с. 258].

Проведенный сопоставительный анализ РЖ внутри двух национальных культур (французской и русской) с учетом национально-культурной специфики, вероятно, внесет познавательную ценность для проблемы «жанр и культура».

### Список литературы

1. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров. Из архивных записей к работе «Проблема речевых жанров». Проблема текста // Собр. соч.: в 5 т. М., 1996. Т. 5. Работы 1940 – начала 1960-х гг.
2. Косицкая Ф. Л. Письменно-речевые жанры рекламного дискурса моды в аспекте межъязыковой контрастивности (на мат-ле французских и русских каталогов моды): дис. ... канд. филол. наук. Томск, 2005. 269 с.
3. Дементьев В. В. Теория речевых жанров. М. 2010. 560 с.
4. Алефиренко Н. Ф. Речевой жанр, дискурс, культура // Жанры речи. Саратов: Издат. центр «Наука», 2007. Вып. 5. Жанр и культура. С. 44–55.
5. Косицкая Ф. Л. Речевой жанр как единица контрастивного анализа // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (Tomsk State Pedagogical University Bulletin). 2006. Вып. 4 (55). С. 101–105.

6. Дементьев В. В. Аспекты проблемы «жанр и культура» // Жанры речи. Саратов: Издат. центр «Наука», 2007. Вып. 5. Жанр и культура. С. 5–19.

Косицкая Ф. Л., кандидат филологических наук, доцент.  
**Томский государственный педагогический университет.**  
Ул. Киевская, 60, Томск, Россия, 634061.  
E-mail: fainak@list.ru

*Материал поступил в редакцию 9.11.2011.*

*F. L. Kositskaya*

### **SPEECH GENRE IN THE LIGHT OF ETHNIC CULTURE**

The fashion catalogue' communication which is structured by genres, is the part of culture. The speech genre is the priority object to examine culture and speech. Adequate interpretation of the speech genres (especially their comparison) is impossible without consideration of the culturological aspects of genres, i. e. aspects of the problem "Genre and Culture".

**Key words:** *speech genre, culture, fashion, discourse, comparison – culturological study.*

**Tomsk State Pedagogical University.**  
Ul. Kiyevskaya, 60, Tomsk, Russia, 634061.  
E-mail: fainak@list.ru