

Аракелова Амалия Робертовна

ДИСКУРС МОДЫ КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

В статье автор предпринимает попытку воссоздать модель современного дискурса моды, включающую такие слоты как участники коммуникации, хронотоп, ценности, стратегии, текст, дискурсивные формулы, с учетом институциональной специфики их языковой репрезентации. В статье обосновывается точка зрения относительно того, что институт моды обуславливает свою языковую репрезентацию, свой собственный набор речевых событий, собственные четко различимые место и ситуацию общения, предопределяет модели общения, что позволяет отнести дискурс моды, обслуживающий институт моды, к институциональному типу дискурса.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2014/10-2/3.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 10 (40): в 3-х ч. Ч. II. С. 21-24. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2014/10-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 81

Филологические науки

В статье автор предпринимает попытку воссоздать модель современного дискурса моды, включающую такие слоты как участники коммуникации, хронотоп, ценности, стратегии, текст, дискурсивные формулы, с учетом институциональной специфики их языковой репрезентации. В статье обосновывается точка зрения относительно того, что институт моды обуславливает свою языковую репрезентацию, свой собственный набор речевых событий, собственные четко различимые место и ситуацию общения, предопределяет модели общения, что позволяет отнести дискурс моды, обслуживающий институт моды, к институциональному типу дискурса.

Ключевые слова и фразы: институциональный дискурс; моделирование дискурса моды; хронотоп; дискурсивные формулы; участники коммуникации; ценности; коммуникативные стратегии.

Аракелова Амалия Робертовна

*Пятигорский государственный лингвистический университет
arno141@yandex.ru*

ДИСКУРС МОДЫ КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ[©]

Социальные институты призваны организовать совместную деятельность людей, обеспечить достижение экономических, социальных, политических, культурных и иных нужд. Изменения, происходящие в жизнедеятельности общества, приводят к появлению новых и развитию исторически и социально сложившихся институтов, которые, в свою очередь, влияют на поведение людей посредством установленных правил. На сегодняшний день, в результате деятельности человека и широкой востребованности того или иного социального образования, можно говорить о большом количестве социальных институтов, каждый из которых вносит значимый вклад в жизнь современного социума, а, следовательно, и в коммуникативный процесс общества в целом. Одним из таких институтов является институт моды с его масштабными коммуникативными процессами, которые в совокупности составляют дискурс моды. В статье рассматривается и описывается дискурс моды, который обслуживает социальный институт моды, а также воссоздается модель современного дискурса моды, которая включает ряд компонентов, обладающих институциональными особенностями языкового воплощения.

По общему мнению теоретиков и практиков моды, становление института моды и приобретение им современной масштабности и актуальности заняло долгое время. Только к XIX веку мода начала своё функционирование в качестве явления, определяющего социально-культурные установки общества, имеющего массовый характер и выступающего объектом активного научного исследования. До этого первостепенной функцией одежды, производимой людьми, долгое время было обеспечение комфорта в быту. Мода, возникшая в Европе XII-XIII вв., была предназначена для обозначения социального статуса человека. Такие особенности одежды, как ткань и её стоимость, богатство отделки и украшения, покрой вещи указывали на положение человека, носившего её.

С течением времени и развитием общества исторические, культурные, социальные, научно-технические, экономические изменения, приведшие, помимо всего прочего, к зарождению текстильной индустрии, также озаменовали зарождение первых модных тенденций. Особый интерес к одежде и стремительное развитие мастерства моделирования и конструирования одежды связаны с Францией XIV в., временем, когда появилось производство тканей [5]. Начиная с XV в., мода – это область массового творческого труда художников и портных. В это же время мода, и все, что связано с ней, начинает занимать все большее место в устных высказываниях, выступая предметом активного обсуждения людей, занятых в этой сфере. Коммуникация между портными, художниками, людьми, заказывающими «моду», осуществлялась на постоянной основе и была опосредована веяниями культуры и времени.

Постоянное усовершенствование оборудования и повышение производительности труда (XVIII-XIX вв.) позволили снизить стоимость тканей, пряжи и сделать их доступными массовому потребителю [16]. Во многом благодаря модным журналам с середины XIX в. происходит популяризация моды, во Франции открываются первые универсальные магазины. К началу второй половины этого же века, будучи широко освещенными в журналах, производители моды Парижа, получили славу и признание во всем мире. Возможно, именно временной отрезок с 1880 по 1914 гг. является этапом в формировании моды в значении, близком к современному [6]. Разговоры о моде активно проникают во многие сферы человеческой жизни, отражая социокультурные установки общества и воплощаясь в устной и письменной коммуникации.

Мода в современном виде это продукт сложности деятельности целого социального института, который связан с постоянными изменениями. Она отражает культурно-значимые смыслы, передавая ценностное, идеологическое, эстетическое содержание эпохи [3]. Сегодня мода затрагивает почти все аспекты человеческой жизни, начиная с того, как мы разговариваем, какую мебель используем, в каких домах живем, какие автомобили водим и, закачивая тем, что мы носим, едим и даже как себя ведем. Данный феномен отражает некий социальный консенсус, в достижении которого коммуникация играет одну из важнейших ролей [10].

Каждый индивид подчиняется воздействию, которое оказывается на него через те или иные социальные институты [12, с. 781]. Не вызывает сомнений, что коммуникация, которая происходит в рамках самого социального института, занимает важное место в его формировании и успешном функционировании. Профессиональное общение и общение, при котором, по крайней мере, одна из сторон представляет профессиональное сообщество, являющееся частью института моды, актуализируется в устной и письменной форме и может быть охарактеризовано как коммуникация институционального порядка, которая в совокупности с экстралингвистическими факторами обслуживается дискурсом моды. При этом институциональное коммуникативное пространство можно определить как языковую рефлексию форм социального взаимодействия представителей общественных групп, объединений, организаций, институтов. Это пространство направлено на реализацию функций формирования жизненных ориентиров, управления предметной и социальной деятельностью, регулирования и стимулирования потребностей социума на конкретном этапе его развития [2, с. 105]. Прагматической задаче оказания воздействия на адресата для побуждения его к определенным действиям подчинены соответствующие языковые аспекты высказываний и текстов: системные, творческие, выразительные, экспрессивные, культурно и социально обусловленные [4].

Известно, что дискурсивные аспекты языка вызывают большой интерес в современной лингвистике. Лингвистические описания предваряются анализом разнородных ситуаций, в рамках которых осуществляется коммуникация, что и составляет сущность дискурсивного подхода [8, с. 35-36]. Основные причины, по которым дискурс моды представляется интересным для изучения с точки зрения дискурс анализа, заключаются в антропологическом, социологическом и историческом наследии феномена моды.

Ряд исследований отечественной лингвистики, посвященный дискурсу моды, рассматривает его с точки зрения концептологии, семиотики, прагматической лингвистики; структурного, функционального, лингвосociологического подходов и проч. (О. В. Акимова, О. В. Бабкина, Д. А. Башкатова, А. С. Бовшик, Ю. С. Болотова, Ф. Л. Косицкая). Так, Ф. Л. Косицкая, рассматривая дискурсивную природу и структуру каталогов моды, исследует дискурс моды с точки зрения ситуативного или культурно-ситуативного подхода, где особое внимание уделяется роли внешнего компонента речи [Там же].

Говоря о дискурсе моды как совокупности различных модусов общения в рамках института моды, нам представляется возможным определить данный дискурс как разновидность институционального дискурса, который в последние 30 лет все больше привлекает внимание как отечественных, так и зарубежных исследователей (Б. Джонстоун, Т. А. Дейк, Т. Б. Лоуренс, А. Майкл, А. Майр, Н. Фэркло, Н. Филипс, А. Фрид, К. Харди, С. Эрлих; В. И. Карасик, Е. А. Кожемякин, А. В. Олянич, О. Ф. Русакова, Т. А. Ширяева и др.).

Как отметил Н. Фэркло, дискурс создает свои собственные правила, придавая смысл реальности путем формирования определенных способов мышления и действия: «Социальный институт – это инструмент вербальной интеракции. Каждый институт имеет свой собственный набор речевых событий, собственные четко различимые место и ситуацию общения, участников общения и собственные правила для их комбинирования» [15, р. 38]. Деятельностная природа дискурса раскрывается в прагматическом аспекте языка или общения, когда раскрывается отношение людей к тем языковым знакам, при помощи которых выражаются установки и оценки, эмоции и интенции в речевых действиях любого типа [9, с. 120]

В. И. Карасик в своих исследованиях выделяет два основных типа дискурса: *персональный* (личностно-ориентированный) и *институциональный*. В зависимости от того, представляет ли говорящий только себя в момент речи со всем многообразием своего внутреннего мира, или же он выступает как представитель определенного социального института, можно отнести происходящий дискурс к одному из упомянутых выше типов [7, с. 5].

Институт в свою очередь можно понимать как «совокупность устойчивых формальных и неформальных норм и правил, регулирующих определенный круг общественных отношений» [11, с. 370]. Любой значимый социальный институт можно смоделировать в виде сложного фрейма, включающего людей, занятых соответствующей деятельностью, их характеристики, типичные для этого института сооружения, общественные ритуалы, поведенческие стереотипы, мифологемы этого института и тексты, производимые и хранимые в этом социальном образовании. Не вызывает сомнений, что, «каждый объект познания зависит от дискурса и практики дискурса, от социальной действительности с ее потоком властных отношений, ограничивающих и обуславливающих ход дискурса» [14, с. 65]. В силу того, что институциональный дискурс характеризует коммуникативную ситуацию в рамках общественных институтов, он исторически изменчив: если исчезнет общественный институт как особая культурная система, растворившись в близких, смежных видах дискурса, исчезнет и свойственный данному институту дискурс как целостный тип общения [13].

Модель дискурса моды может быть представлена в виде сложного фрейма, включающего в качестве важнейших слотов участников коммуникации, хронотоп, систему жанров, которые репрезентируют дискурс моды в целом, текст, отражающий ключевые концепты, в том числе ценностные, речевые стратегии профессионального взаимодействия, дискурсивные формулы, характерные для института моды. Проанализируем особенности языковой актуализации перечисленных компонентов, на основе которых можно описать институциональный дискурс моды:

The Separate Approach

Putting two pieces together on a hectic morning doesn't always come naturally but adhering to straightforward options like monochromatic blouses, A-line skirts, or long and lean pants allows for effortless executive chic [17]. /

Раздельный подход

Сочетание двух вещей сумасшедшим утром не всегда дается легко, но если вы останетесь верной простым решениям в одежде, таким, как однотонные блузки, юбки-«трапеции», или длинные узкие брюки, это позволит вам без труда выглядеть по-деловому шикарно (перевод выполнен автором – А. А.).

Вслед за В. И. Карасиком, Е. И. Шейгал, Т. А. Ширяевой мы считаем, что участниками институционального дискурса зачастую являются агенты и клиенты: первые играют активную роль в институциональном общении, вторые, как правило, вынужденно обращаются к агентам и выступают в качестве членов общества по отношению к представителям определенного института [12, с. 785]. Участниками общения в данном примере выступает коммуникативная диада «профессионал-обыватель» (агент-клиент). Первый, адресант сообщения, употребляющий лексические единицы, которые отражают картину мира, сформированную под влиянием института моды, является представителем института моды, имеющего непосредственное отношение к функционированию данного профессионального сообщества. Второй, адресат сообщения, представлен читателями модного журнала, которые обращаются за помощью к профессионалам.

Задаваемый социальным институтом хронотоп данного фрагмента дискурса отражает процесс производства и продвижения моды за определенное время в конкретном месте. В приведенном примере этот процесс вербализуется в виде экспликации того, какой выбор в одежде следует совершить, чтобы выглядеть изысканно, даже когда потребитель моды сталкивается с разного рода трудностями, в данном случае с недостатком времени (*a hectic morning*). Автор сообщения подчеркивает, что и в мире моды есть «константы», которые находятся вне времени (*monochromatic blouses, A-line skirts, or long and lean pants*), и всегда обеспечат успех их обладателю (*effortless executive chic*).

Т. Н. Астафурова и А. В. Олянич определяют институциональное лингвопространство как отражение в языке форм социального взаимодействия представителей общественных групп, объединений, организаций, институтов, направленное на формирование жизненных ориентиров, управление предметной и социальной деятельностью, регулирование и стимуляцию потребностей социума на конкретном этапе его развития [1, с. 86]. Потребности и жизненные ориентиры, навязываемые институтом моды посредством дискурса моды, воплощаются в виде ценностных концептов. В данном примере ценности дискурса моды воплощаются вербализацией концепта «шик» (*adhering to straightforward options... allows for effortless executive chic*). Очевидно, что выглядеть шикарно так же важно, как уметь сочетать предметы гардероба, обладать чувством стиля или быть в курсе модных веяний сезона. Концепт «шик» является одним из наиболее актуальных концептов дискурса моды и, подобно приведенному примеру, зачастую находит разнообразное языковое воплощение в статьях модных журналов.

Стратегии и жанры дискурса моды задаются собственно институтом моды, определяются целями дискурса моды и сводятся к оказанию разного рода воздействия на адресата. В приведенном выше фрагменте стратегии сводятся к цели «инструктирование», иными словами автор сообщения ставит задачу разъяснить правила использования ряда модных изделий (*adhering to straightforward options like monochromatic blouses, A-line skirts, or long and lean pants*). Жанровая специфика данного примера актуализуется в виде жанра «статья-совет читателю»: автор сообщения в эксплицитной форме даёт совет для достижения желаемой цели.

Дискурсивные формулы, которые позволяют человеку понять, к какому институту принадлежит данный фрагмент дискурса, в данном примере выражены следующими словосочетаниями: *putting two pieces together, monochromatic blouses, A-line skirts, long and lean pants, effortless executive chic*. Большое количество названий предметов одежды, названий марок и брендов, уточняющих названий деталей одежды, подробных описаний внешнего образа человека, позволяет адресату судить о принадлежности фрагмента дискурса к дискурсу моды.

Подводя итоги, подчеркнем, что дискурс моды представляется перспективным объектом для лингвистического моделирования, поскольку, может быть представлен в виде сложного фрейма с рядом четко-различимых слотов, имеющих характерное институциональное языковое воплощение. Компоненты модели – участники коммуникации, хронотоп, ключевые концепты, речевые стратегии, система жанров, текст, содержащий дискурсивные формулы, – составляют основу для описания дискурса моды и подчиняются внутренним коммуникативным правилам института моды. Поскольку мода – это значимый социальный институт, предопределяющий модели общения, формирующий коммуникативную ситуацию как в своих собственных рамках, так и широко за ними, полагаем, что изучение институциональных факторов, обуславливающих дискурсивное воплощение мира моды, будет способствовать эффективной коммуникации и пониманию смыслов моды, которые навязываются на современное общество.

Список литературы

1. Астафурова Т. Н., Олянич А. В. Лингвосомиотика власти: знак, слово, текст: монография. Волгоград: ИПК ФГОУ ВПО ВГСХА «Нива», 2008. 208 с.
2. Галичкина Е. Н. Институциональные жанры сетевой компьютерной коммуникации // Человек. Язык. Культура: сб. науч. ст., посвященный 60-летию юбилею проф. В. И. Карасика. Киев: Изд. дом Д. Бураго, 2013. Ч. 2. С. 104-111.
3. Грусман М. В. Мода как феномен культуры и средство социокультурной коммуникации [Электронный ресурс]: автореф. дисс. ... к. культурологии. СПб., 2010. URL: <http://spbu.ru/files/upload/disser/phylos/2010/grusman.pdf> (дата обращения: 15.02.2014).
4. Давыденкова О. А. Когнитивно-прагматический аспект английских предложений рекламно-инструктивного характера: дисс. ... к. филол. н. Тамбов, 1999. 190 с.
5. Как появилась мода [Электронный ресурс]. URL: http://timemoda.ru/history_moda/styl_i_moda_drevnosti/293/ (дата обращения: 10.01.2014).
6. Калашникова О. В. Мода – костюм – аксессуар: вопросы терминологии // Вестник молодых ученых: культурология и искусствоведение. 2005. № 5. С. 11-18.

7. Карасик В. И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5-20.
8. Косицкая Ф. Л. Каталог моды как симфония дискурсов // Вестник ТГПУ. Томск, 2006. Вып. 9. С. 35-40.
9. Кудрявцев И. А. Особенности процесса вербализации в диалогическом дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 12 (30): в 2-х ч. Ч. I. С. 118-121.
10. Современная энциклопедия: мода и стиль. М.: Аванта+, 2002. 420 с.
11. Социологическая энциклопедия. М.: Мысль, 2003. Т. 1. 863 с.
12. Ширяева Т. А. Институциональность как важнейший дискурсообразующий фактор // Человек. Язык. Культура: сб. науч. ст., посвященный 60-летию проф. В. И. Карасика. Киев: Изд. дом Д. Бураго, 2013. Ч. 1. С. 780-790.
13. Ширяева Т. А. Общекультурные и институциональные особенности дискурса // Знание. Понимание. Умение. М.: ННОУ ВПО «Московский гуманитарный университет», 2007. С. 103-108.
14. Ширяева Т. А. Язык как средство конструирования социальной реальности // Язык. Текст. Дискурс. Ставрополь: Изд-во СГПИ, 2009. № 7. С. 61-67.
15. Fairclough N. Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language. London: Longman, 1995. 268 p.
16. Fashion and Communication 2014 Symposium [Электронный ресурс]. URL: <http://design.umn.edu/fashionand/communication/#dates> (дата обращения: 02.12.2013).
17. Vogue.com [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vogue.com/fashion/> (дата обращения: 05.05.2013).

DISCOURSE OF FASHION AS OBJECT OF LINGUISTIC MODELING

Arakelova Amaliya Robertovna
Pyatigorsk State Linguistic University
 arno141@yandex.ru

The author undertakes the attempt to recreate the model of the modern discourse of fashion, including such slots as participants of communication, chronotope, values, strategies, text, discursive formula, taking into account the institutional specificity of their language representation. The article explains the point of view that the Fashion Institute determines its language representation, its own set of speech events, its own clearly distinguished place and situation of communication, predetermines the patterns of communication, and it can attribute the discourse of fashion, supplying the Fashion Institute, to the institutional type of discourse.

Key words and phrases: institutional discourse; fashion discourse modeling; chronotope; discursive formula; participants of communication; values; communication strategies.

УДК 81'373.44

Филологические науки

Статья раскрывает значение нового термина «субстракты», вводимого для называния большого пласта слов русского языка, которые давно вышли из употребления, и их нельзя семантически реконструировать методом языковой догадки на основе осознаваемости морфемного состава. Субстракты противопоставляются архаизмам, которые входят в состав устаревшей лексики пассивного фонда русского языка, но обладают значительным культурно-образовательным и воспитательным потенциалом в развитии интереса к русскому языку, повышению уровня языкового образования носителей русского языка.

Ключевые слова и фразы: архаизмы; устаревшая лексика; семантика; субстракты; словарь; языковое образование.

Аркадьева Татьяна Григорьевна, д. филол. н., профессор
Васильева Марина Ивановна, к. пед. н., доцент
Шарри Татьяна Германовна, к. пед. н., доцент
Федотова Надежда Сергеевна, к. филол. н., доцент
Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена
 nadja_f78@mail.ru; vas_mi@mail.ru

Кольцова Людмила Михайловна, д. филол. н., доцент
Воронежский государственный университет
 kafarki@mail.ru

АРХАИЗМЫ И СУБСТРАКТЫ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ®

Статья публикуется при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда (проект № 14-04-00347 «Большой словарь историзмов и архаизмов русского языка»).

В современном полилингвальном пространстве взаимодействия культур разных народов кругозор носителя языка существенно расширяется. Однако это не всегда способствует повышению мотивации к овладению родным языком. Снижение интереса к национальному языку и культуре приводит к духовному кризису,