

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА «МОДА»
ВО ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ РУССКОГО ЯЗЫКА**

Чурсина Ольга Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: olga2209@bk.ru.

Чередниченко Юлия Евгеньевна, кандидат филологических наук, доцент, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: juliamyazina@yandex.ru.

Настоящая статья посвящена выявлению признаков концепта «мода» посредством анализа фразеологических единиц русского языка. Основанием для данного вида исследования при анализе концептов служит тот факт, что семантика фразеологизмов позволяет выделить дополнительные признаки, репрезентирующие концептуальные слои и признаки концепта. Обращение к фразеологии обусловлено возможностью распремечивания особого участка концептуального пространства моды и модного поведения, которое покрывается фразеологическими единицами. Задачей данной статьи является выявление образов, лежащих в основе фразеологических выражений, объективирующих концепт «мода» в русском языке.

Ключевые слова: фразеология, признак, концепт, мода, фразеологическая единица, группа, русский язык

**REPRESENTATION OF THE CONCEPT "FASHION"
IN THE PHRASEOLOGICAL SYSTEM OF THE RUSSIAN LANGUAGE**

Chursina Olga V., Candidate of Philological Sciences, assistant professor, Astrakhan State University, 414056, Russia, Astrakhan, 20a Tatishchev st., e-mail: olga2209@bk.ru.

Cherednichenko Julia Ev., Candidate of Philological Sciences, assistant professor, Astrakhan State University, 414056, Russia, Astrakhan, 20a Tatishchev st., e-mail: juliamyazina@yandex.ru.

The article under consideration is devoted to identifying the features of the concept "fashion" through the analysis of phraseological units in the Russian language. The basis for this type of research in the analysis of concepts is the fact that semantics of phraseological units allows us to identify additional features that represent the conceptual layers and features of the concept. The appeal to phraseology is conditioned by the possibility of spreading a special part of the conceptual space of fashion and fashionable behavior covered by phraseological units. The aim of this article is to identify the images that underlie the phraseological expressions objectifying concept "fashion" in the Russian language.

Keywords: phraseology, feature, concept, fashion, phraseological unit, group, the Russian language

Мода является сравнительно молодым явлением в современной культуре с позиции её закрепления во фразеологической системе языка, поэтому в словарях встречается не так много единиц, прямо отражающих этот феномен.

В русском языке в рамках базовых лексем, репрезентирующих концепт «мода», мы выделили ряд сем: 1) определённый тип поведения; 2) действие, процесс; 3) одежда; 4) популярность, современность. Количественный анализ, проведённый методом сплошной выборки из фразеологических словарей русского языка, дал 100 фразеологизмов, репрезентирующих концепт «мода». В результате анализа значений ФЕ, номинирующих изучаемый концепт, фразеологизмы были сгруппированы по нескольким категориям.

1. Фразеологические единицы, где акцент ставится на внешнее великопение, желание поразить окружающих своим видом и попытке выделиться (как в положительном, так и в отрицательном значениях): «красиво и модно одетый» *с иголки / иголки, в / при полном (во всём, при всём) параде, во всём блеске, в лучшем виде*; «красоваться, выставляя напоказ» *распускать хвост (павлиний, пышный) для форсу, для блезиру, с шиком*; «одеваться согласно последним модным тенденциям» *по последней моде*; «одетый / одеваться слишком вызывающе» *разряжаться / разрядиться франтом / куклой / в пух и прах*; «модно и богато одетый человек» *антик с звездикой (с мармеладом), большой / первый франт*; «прихорашиваться, пытаться выглядеть лучше» *(на)чистить перышки, наводить глянец*.

Адъективные фразеологизмы с признаком «модный, современный» представлены в словосочетаниях: *элегантный как рояль, на все сто*; в словарях русского языка с признаком «производить впечатление» встречается большое глагольных фразеологизмов таких как: *ослеплять блеском / сиянием, производить фурор, держать форс, держать / ломать / давить фасон, выглядеть / одеваться франтом, ошеломить (своим) видом*. Фразеологизм *одеваться по картинке* имеет помету «устар.»; раньше употреблялся в языке в значении «одеваться, следуя картинкам из журналов мод».

2. Вторую группу ФЕ с признаком «стремительное влияние моды и быстротечность» представляют подгруппы фразеологизмов, где одной из составляющей моды является постоянное изменение модных тенденций и создание новых коллекций; признак «быстрое распространение модных новинок» передается через следующие ФЕ: *привлекать внимание; влетать / влететь бомбой; наделать шуму, вызвать сенсацию; пользоваться популярностью / спросом*.

Практически с каждым сезоном в моду входят новые элементы одежды и аксессуара, пользующиеся популярностью и имеющие спрос, как среди закоренелых модников, так и у людей, следящих за модой. Признак «иметь влияние» расширяется за счёт следующих фразеологизмов: *иметь большой вес / обладать большим весом, быть в большом ходу, в последнем вкусе / последнего вкуса, войти в жизнь, войти в употребление, попасть / иметь / пользоваться фавором, быть / оказаться в фаворе*.

ФЕ *задать шик, быть / находиться в авангарде, выйти / выдвигаться на авансцену, делать / расставлять акценты, появиться / возникнуть на горизонте, на волне / на гребне волны, пройти / выскочить / выйти в дамки* раскрывают признак «модное в определённый момент». По данным лексикографических источников известно, что мода подразумевает резкое и быстрое изменение стилей в одежде; таким образом, фразеологизмы *брат / идти на бордаж, вызывать / создавать ажиотаж, переворот во взглядах / мнениях / нравах, бить / рассчитывать на эффект* помогают раскрыть этот признак.

3. В третьей группе, где основным признаком является «немодный, вышедший из употребления», представлены следующие подгруппы ФЕ:

– субъективные фразеологизмы с признаком «старомодный, отсталый человек»: *шут (чучело, пугало) гороховое, чучело огородное*, также дополняется значением «странно или неподходяще случаю одетый человек». ФЕ *не фасон / не модель* также имеет дополнительное значение «неподходящий случаю или событию»;

– признак «устаревший, немодный» в русском языке реализуется через фразеологизмы *вчерашний день, старого покроя*. Признак «не соответствовать, не следовать моде» больше встречается в глагольных фразеологизмах: *отставать от жизни, выйти из моды, выводить / выходить из употребления, отстать / отставать от века / времени, уйти / исчезнуть с авансцены, быть не в / не по моде*. Фразеологизм *висеть / болтаться / сидеть как*

на вешалке имеет дополнительный признак «не подходить по размеру, быть слишком большим».

4. В группу с ведущим признаком «мода как элемент подражания» входят следующие фразеологизмы: «абсолютное копирование» *рабское подражание / поклонение*; «лицо, полностью подчиняющийся правилам моды» *раб моды / обычаев*; «находиться под влиянием» *втягивать / вовлекать в свою орбиту / в орбиту своего влияния*; «вести за собой, лидировать» *задавать тон, под тон, в тон / в унисон*; «быть хозяином положения» *командовать парадом*; «следовать примеру, подражать» *идти / ходить на поводу*; «господствовать, оказывать влияние» *в стиле кого-либо / в каком-либо стиле*.

Фразеологизмы *смотреть чьими-либо глазами, в стиле кого-либо / в каком-либо стиле, взять за образец* в русском языке также отражают феномен моды и объективируют признак «следовать примеру, копировать кого-либо, что-либо».

5. Группу, где основным является признак «современность и популярность модных новинок», составляют следующие подгруппы фразеологизмов: «самый новый, только что появившийся» *последний крик / писк моды, по последней моде*; «быть впереди всех, лидировать» *открытие / событие века; быть / стоять во главе*; «привлекать внимание» *производить / вызывать / иметь эффект*; «вызвать сенсацию» *наделать шуму / шума, произвести фурор*; «пользоваться популярностью, идти нарасхват» *быть в ходу / пойти в ход*; «необыкновенный, незаурядный, оригинальный» *в духе времени / идти с веком наравне / в уровень с веком*.

Так как цикличность является одним из составляющих компонентов моды, то периодически модельеры в своих коллекциях «реанимируют» элементы гардероба прошлых лет и с успехом давно забытые аксессуары, или части гардероба признаются большинством и опять пользуются популярностью среди потребителей. Таким образом, фразеологизмы *получить / обрести вторую жизнь, пережить второе рождение* в русском языке объективируют признак «модернизировать» в данных ФЕ.

Признак «стать общепринятым на определённом промежутке времени» объективируется глагольными фразеологизмами *вводить / входить / попасть в моду, не сходить со страниц, столбцов (газет, журналов), считаться шиком, приобретать славу / известность, удовлетворять чьи-либо запросы / вкусы*; признак «новый, современный» выражается посредством субъективных фразеологизмов *передний план, первый сорт*; следует отметить, что значение фразеологизма *первый сорт* расширяется за счёт дополнительного признака «хорошего качества».

6. Интенсивное развитие на рубеже прошлых столетий и в первые десятилетия XX века домов моды и постепенное наращивание темпов промышленного производства одежды существенным образом сказалось на модном поведении людей. Их активность в освоении модного пространства была настолько велика, что к середине века приобрела массовый характер. Но и в настоящее время это проявление моды не утратило своей актуальности, и массовость является одним из основных составляющих элементов моды. Признак «мода как форма массового потребления» раскрывается посредством следующих ФЕ: «отсутствие собственного стиля, следование за большинством» *на один покрой / одного покроя*. Синонимами в этом же значении могут выступать фразеологизмы: *одного поля ягоды, птицы одного полёта, сделаны / испечены из одного (и того же) теста*; «приобрести популярность, стать общеизвестным» *быть / стать в центре внимания*; «войти в употребление, получить призвание» *пускать / вовлекать / вводить в оборот*; «привлечь общественное внимание, заинтересовать широкую публику» *быть в большой моде*; «в большом количестве» *хоть пруд пруди*; «выпуск одежды одной модели» *одежда одного фасона / на один фасон*.

7. Иногда в языке происходит смешение понятий моды и стиля; не всякого модного человека можно назвать стильным. Если мода – это явление массовое, то стиль у каждого может быть свой, отличающийся от большинства, индивидуальный и неповторимый. В русском языке есть несколько ФЕ, передающих это состояние. Признак «индивидуальный, присущий отдельному человеку» встречается в следующих ФЕ: «следовать своим вкусам, пристрастиям» *выдерживать (свою) линию / (свою) роль*; «подходить, хорошо сидеть» *идти / быть к лицу*; «модный, современный, согласно последним тенденциям из журналов мод» *как журнальная / модная/писаная картинка*; «по-своему, согласно личным представлениям о чем-либо» *на свой лад / манер / салтык*.

8. Признак «подражание и зависимость вкусов общества от определённой группы людей или отдельных лиц» в русском языке передаётся с помощью таких фразеологизмов, как *царица моды / красоты, королева красоты, законодатель мод, первая скрипка*. В них прослеживается разделение по гендерному признаку. Признак «группа лиц, оказывающая влияние на общество» в русском языке объективируется с помощью фразеологизмов *фешенебельный свет / общество / жизнь, модный круг / свет / общество, в лучших домах Филадельфии* (употребляется в ироничном и юмористичном ключе – *среди изысканных, утончённых и модных людей*), *формы поведения / приличия*. Фразеологизм *модный круг / свет / общество* в словарях имеет помету «устар.», в настоящее время прочно закрепилось в языке выражение с прилагательным «фешенебельный», образованное от соответствующей английской лексемы “fashionable”. Фразеологизм *формы поведения / приличия* также включает в себе дополнительный признак «определённые правила поведения в обществе, соответствующие положению или рангу».

9. Переосмысленное и дополненное значение приобрел фразеологизм *взять / брать / придумать моду* (означает привычку, ставшую постоянной, какую-либо склонность, потребность совершать те или иные поступки; имеет помету «разг.», «пренебр.», «неодобр.»). Данный фразеологизм реализует признак «делать что-то, вызывая негативное отношение у адресата действия» и употребляется, когда человек, на которого направлено действие, возмущён, недоволен или неприятно удивлён поведением или действиями говорящего.

Отдельно можно упомянуть о наличии фразеологизма «*получить / обрести вторую жизнь, пережить второе рождение*», который можно применить, когда речь идёт о стилях винтаж и ретро. Эти направления отождествляются и связаны с использованием мотивов и элементов одежды и декора, популярных в прошлом, в частности в 1960-х годах. Сейчас, в новых коллекциях одежды и обуви, предметах гардероба возвращается приём использования данных аксессуаров наряду с современными мотивами. Таким образом рождаются новые коллекции, т.е. «всё новое – это хорошо забытое старое».

Таким образом, анализ фразеологических единиц, в составе которых присутствуют в качестве компонента лексические единицы, выявленные ранее как объективации признаков концепта, позволил раскрыть на их основе дополнительные признаки. Также мы видим, что выявление специфики концептосферы народа, изучение его традиций представляется возможным благодаря фразеологическим единицам, которые, обладая национально-культурной семантикой, являются отражением истории, быта и моральных ценностей конкретного народа или этноса, богатейшим, ещё не полностью изученным пластом культуры и источником человеческой мудрости.

Список литературы

1. Большой англо-русский фразеологический словарь: Около 20000 фразеологических единиц / А. В. Кунин. – 5-е изд., испр. – М. : Живой язык, 1998. – 944 с.
2. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4 т. / В. И. Даль. – М. : Терра, 1991.

3. Квеселевич Д. И. Русско-английский фразеологический словарь / Д. И. Квеселевич. – М. : Рус. яз., 1998. – 704 с.
4. Лубенская С. И. Русско-английский фразеологический словарь / С. И. Лубенская. – М. : Языки русской культуры, 1997. – 1056 с.
5. Никитина Т. Г. Так говорит молодёжь: Словарь сленга: По материалам 70–90-х годов / Т. Г. Никитина. – 2-е изд. – СПб. : Фолио-Пресс, 1998.
6. Словарь русского языка : в 4 т. / гл. ред. А. П. Евгеньева. – М. : Русский язык, 1999.
7. Словарь современного английского языка : в 2 т. – М. : Русский язык, 1992.

References

1. Bol'shoj anglo-russkij frazeologicheskij slovar': Okolo 20000 frazeologicheskikh edinic. A.V.Kunin. 5th ed. M. : Zhivoj yazyk, 1998. 944 p.
2. Dal' V. I. Tolkovjy slovar' zhivogo velikoruskogo yazyka : in 4 vol. M.: Terra, 1991.
3. Kveselevich D. I. Russko-anglijskij frazeologicheskij slovar'. M.: Rus. yaz., 1998. 704 p.
4. Lubenskaya S. I. Russko-anglijskij frazeologicheskij slovar'. M.: Yazyki russkoj kul'tury, 1997. 1056 p.
5. Nikitina T. G. Tak govorit molodezh': Slovar' slenga: Po materialam 70–90-h godov. 2nd ed. SPb.: Folio-Press, 1998.
6. Slovar' russkogo yazyka : in 4 vol. / ed. A. P. Evgen'eva. M.: Russkij yazyk, 1999.
7. Slovar' sovremennogo anglijskogo yazyka : in 2 vol. M.: Russkij yazyk, 1992.

ПОНИМАНИЕ И РЕФЛЕКСИЯ КАК ИНСТРУМЕНТЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ С ИНОЯЗЫЧНЫМИ ТЕКСТАМИ

*Шахин Ольга Владимировна, кандидат филологических наук, доцент,
Тверской государственный университет, 170000, Россия, г. Тверь, ул. Желябова, 33, e-mail: nodm2005@yandex.ru.*

Статья посвящена многоуровневой рефлексии и её роли в освоении содержания текста; при этом субстанциональность и процессуальность составляют основание понимания. Первое основание (субстанциональность) является способностью понимать и одновременно результатом реализации данной способности; второе (процессуальность) есть применение разнообразных процедур и техник понимания при освоении текста. Полноценное понимание обеспечивается сочетанием рефлексии и так называемых самопроизвольных, самотечных ассоциативных процедур, элементов обыденного сознания. Рефлексия и самотечные процедуры, несмотря на кардинальное несходство между собой, тесно переплетены и взаимосвязаны в процессе работы с осваиваемым текстом; однако именно обращение реципиента к схемам и техникам действия является как признаком его адекватной включенности в социальную действительность, так и его способности разделять нормативность социально-коммуникативной практики. Существенно, что в процессе освоения текста реципиент оказывается в продуктивной рефлексивной позиции только при возникновении собственного переживания непонимания, когда сталкивается с определенными трудностями. Подобные ситуации в процессе обучения студентов работе с текстами, являясь весьма частыми, позволяют преподавателю дать учащимся импульс к применению различных герменевтических техник и схем, что стимулирует интенсификацию интеллектуальной работы и выход к самостоятельному усмотрению смыслов и метасмыслов текста. Герменевтический подход традиционен при работе с художественными