

7. Florinskaja Ju. Deti migrantov v Rossii: dostup k obrazovaniju i me-dicine / Ju. Florinskaja // Demoskop. – 2012. – № 515–516 (18 ijunja – 31 ijulja). – Rezhim dostupa: <http://demoscope.ru/weekly/2012/0515/analit02.php#1>, svobodnyj. – Zaglavie s jekrana. – Jaz. rus.

ЦЕННОСТНЫЙ КОМПОНЕНТ КОНЦЕПТА «МОДА» В РУССКОЙ И АМЕРИКАНСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

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

Очередько Юлия Владимировна, кандидат филологических наук, Астраханский государственный университет, 414056, Россия, г. Астрахань, ул. Татищева, 20а, e-mail: y-ocheredko@yandex.ru.

В статье рассматривается и анализируется ценностный компонент лингвокультурного концепта «мода» в русской и американской лингвокультурах. Анализ минисочинений представителей двух языковых обществ позволяет сделать вывод об отношении к моде в целом и к месту, которое это важное социокультурное явление занимает в повседневной жизни людей. Опрос 120 русскоязычных и 102 англоязычных респондентов позволил сформулировать тезис о ценностном восприятии и отношении лингвокультурных общностей к рассматриваемому явлению.

Ключевые слова: ценность, опрос, информанты, мода, образ жизни, стиль, восприятие, дефиниция

AXIOLOGICAL COMPONENT OF THE CONCEPT “FASHION” IN RUSSIAN AND AMERICAN LINGUISTIC CULTURES

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

Ocheredko Julia V., Candidate of Philological Sciences, Astrakhan State University, 414056, Russia, Astrakhan, 20a Tatishchev st., e-mail: y-ocheredko@yandex.ru.

In this article the authors study and analyse the axiological component of the linguacultural concept “fashion” in Russian and American societies. The written questionnaire included 120 and 102 answers of the representatives of the above-mentioned linguacultures correspondently. It made it possible to discover essential features that people associate with the notion of fashion. The authors define general spheres where fashion is mentioned and divide the respondents’ answers in accordance with the reactions obtained.

Keywords: axiological component, questionnaire, representatives, fashion, lifestyle, perception, definition

Центральной характеристикой лингвокультурного концепта считается его ценностная составляющая (по В.И. Карасику), само ценностное отношение к явлению, обозначенному концептом, можно определить посредством позитивного или негативного отношения к этому явлению. «По показателям наличия ценностного отношения выявляется применимость оценочных предикатов. Если о каком-либо феномене носители культуры могут сказать «это хорошо / плохо, интересно, утомительно и т.д.» этот феномен формирует в данной культуре концепт» [1, с. 76]. На основании этого предположения возникает необходи-

мость выяснить, каково отношение к моде у русских и американских информантов, репрезентирующих соответствующие культурные общности.

В качестве респондентов выступили группы носителей русской и американской лингвокультур. В ходе эксперимента информантам предлагалось продолжить фразу – Для меня мода это... / For me fashion is...

Предполагалось, что, получив ответы на эти вопросы и проанализировав их, можно сформулировать тезис о ценностном восприятии и отношении лингвокультурных общностей к рассматриваемому явлению. Результаты опроса таковы.

От общего количества данных определений русскоязычными респондентами (120 ответов; 10 человек затруднились ответить) мода главным образом воспринимается как *«господство в определенной общественной среде в определенное время тех или иных вкусов»*:

- Мода – соответствие внешнего облика человека существующим в определенном времени и месте критериям красоты и стиля; внешний вид, мысли, понятия, поступки, которые в данный момент нравятся обществу; сезон, согласно которому надо одеваться так-то и так-то; но человек по моде и ведет себя как-то по-другому; стиль, шик, актуальный в том или ином сезоне; современные тенденции в жизни: в одежде, музыке, политике, увлечениях и т.д.; веяние времени...

Значение *«непрочная, быстропроходящая популярность»* прослеживается в следующих определениях:

- Мода – постоянная смена явлений в жизни, связанная со сменой образа мышления людей; то, что актуально в данный момент (не только в одежде, но и в разных сферах деятельности); установленные правила, цвета одежды и стиль на определенный период; это штука, за которой невозможно уследить и угнаться, настолько она быстро меняется; искусство, которое никогда не догонишь, она изменяется каждый день; определенные привычки в одежде недолгое время; что-то оригинальное, но непостоянное; переменчивое веяние времени...

Данные определения совпадают со словарными значениями лексемы «мода». Но нельзя не отметить, что наполнение концепта «мода» значительно расширяется за счет дополнительных, уточняющих характеристик, которыми наделяют концепт носители русской лингвокультуры:

«Мода как зависимость общества от определенной группы (дизайнеров, модельеров, лидеров)»:

- Мода – когда определенный круг людей устанавливает законы, которыми должен руководствоваться человек при выборе одежды (при этом быть состоятельным), а остальные пытаются (по мере своих возможностей) следовать этим законам; следование тенденциям, которые выдумывают «богемные» дяди в Париже и Милане; это то, что придумывают и создают люди с богатым воображением и вкусом (Мода – это почти всегда красиво); то, что один человек решает сделать культовым в том или ином сезоне, а остальные отчаянно стараются догнать его; попытка модельера/дизайнера навязать людям свои вкусы, свое видение того, как человек должен выглядеть (сколько модельеров, столько и видений моды; человеку остается лишь выбрать из предложенного то, что ему ближе); стиль одежды от известных кутюрье...

«Мода как образцы предметов, отвечающие господствующим вкусам на данный момент»:

- Мода – внешний вид, мысли, понятия, поступки, которые в данный момент нравятся обществу; повальное увлечение; современное направление в одежде; то, что носят в данном сезоне; направление в одежде, косметике, все то, что современно; современные тенденции, которые помогают человеку выглядеть в соответствии со временем (стильно, гламурно)...

«Мода – подражание»:

- Мода – следование, приверженность последним (новейшим) тенденциям дизайна одежды; закономерность, которой подчиняется весь мир; ряд тенденций, придерживаясь которых люди считают себя модными; когда все одеваются в одном направлении (стиле), все похожи друг на друга; это то, что знает большинство и надевает большинство; массовое копирование предметов гардероба от известных дизайнеров; это то, на что нас толкают телевизионные ролики и реклама в дорогих магазинах...

«Мода – индивидуальность»:

- Мода – умение подать себя, произвести впечатление; состояние души!; составляющая стиля, имиджа. Мода – это со вкусом одетая девушка в черных очках, в белом платье и с гламурным мопсом, одетым точно так же как хозяйка; умение человека соответствовать стилю, который ему подходит, но в то же время не отставать от новинок в мире моды; манеры, стиль одежды, поведение...

«Мода – разнообразие»:

- Мода – создание новых образов и стилей; умение хорошо и вызывающе одеваться, идти в ногу со временем, выделяться из серой толпы; наука, изучающая изменения в жизни людей и отображающая эти изменения в одежде и предметах быта людей; потребность общества отличаться друг от друга...

«Мода – внешняя атрибутика»:

- Мода – восприятие и выражение своей сути природы через внешнюю атрибутику одежды, прически, аксессуаров, обуви; гламур; это красиво и стильно; достижение человеком внешнего совершенства; совокупность идей и предметов материального мира, непосредственно связанных с внешним обликом человека, его образом жизни, соответствующая его личностным качествам и одновременно являющаяся эталоном в данном обществе, времени и пространстве; МОДА (М – молодёжная, О – одежда от Д-а – дизайнера)...

«Мода – повторение прошлого»:

- Мода – периодическое возвращение старого с добавлением чего-то нового...

«Мода – актуальность»:

- Мода – то, что актуально всегда; что-то новое и креативное; актуальность; это круто; это явление настоящего...

Нелепое и преувеличенное значение моды как постоянного, повторяющегося явления прослеживается в одном из определений, данным респондентом: *Муж-жене: – Кто это такая ваша Мода?! Который уж раз издает последний писк и все никак не сохнет!* В данном случае комичность ситуации достигается с помощью обыгрывания фразеологизма «последний писк моды», который подразумевает «последние (новейшие) тенденции в моде» с одной стороны, и бесконечную череду последователей этих модных тенденций со стороны женщин и недовольство мужчин – с другой.

На основании вышеуказанных дефиниций семантическое поле концепта «мода» в русской лингвокультуре расширяется благодаря следующим семам: разнообразие, повтор, индивидуальность, подражание, актуальность, зависимость.

От общего количества определений, данных американскими респондентами в количестве 102 ответов, 8 человек затруднились ответить, объясняя это субъективным началом в моде и узкой спецификой данного явления отдельно для каждого человека (“I’m actually too challenged by this question; it’s far too subjective; is a very subject field; don’t know...”). Таким образом, по результатам опроса большая часть информантов определяют моду через «индивидуальность»:

- Fashion: people who are up to date with the clothes they wear and accessories they use to highlight certain part of their outfits; expressing your individuality; a way to express oneself daily with oneself; state of being; it is the ability to bring your inner self to the forefront via clothing, shoes, jewelry, make-up, hairstyle, and most importantly, attitude; a clear timeless look that works within the person's body; what looks good on you, individual expression of what we believe is best for us; making yourself look like art; is an original creation that expresses one's personality through some tangible medium; is simply another word for style; is the way to express yourself, expose to others; please yourself when you look in the mirror... В данных определениях респонденты руководствуются собственным восприятием и понятием «модного» посредством личного и индивидуального подхода при выборе предметов гардероба и аксессуаров; самовыражение отдельного человека и выбор «золотой середины» предполагает нахождение компромисса между тем, что модно в данный момент и тем, что необходимо и подходит лично вам.

«Господство в определенной общественной среде в определенное время тех или иных вкусов»:

- Fashion refers to the styles and customs prevailing at a given time in its most common usage; the prevailing style or custom as in dress or behavior; a constantly changing trend generally related to clothing and hairstyles; whatever is in fashion and trendy at the moment; the current popular mode; fashion pertains to clothes and accessories usually and dictates what is “trendy”, “cool” and “good” to wear at the time... Модным в определенный момент считается направление в одежде или принятых нормах поведения; мода обычно диктует что «популярно», «круто» и «приемлемо» в данный момент.

«Мода как зависимость общества от определенной группы (дизайнеров, модельеров, лидеров)»:

- Fashion is a style of clothes, decoration, or action that belongs to a group; trend-setting art from trained professional, in the design and textile industry; a trend set by one person + followed by many others; it is constantly changing by what celebrities are wearing, and what designers are promoting... Массовость принятия модных направлений зависит от отдельных личностей (дизайнеров, знаменитостей, профессионалов), задающих тон и правила при выборе каких-либо направлений, главным образом в области создания коллекций одежды.

«Мода как образцы предметов, отвечающие господствующим вкусам на данный момент»:

- Fashion is something peculiar and at the same time common for many people; trend; is what considered to be “cool” at any given time in any given society; is a style that is socially accepted as trendy; a popular style of clothing; the style of dress, behavior, way of living, or other expression that is popular at present... В данных определениях акцентируется внимание на популярности определенных направлений в определенное время в обществе и оказывающих влияние на различные сферы жизни.

«Мода – разнообразие»:

- Fashion is sharing styles of clothing, speech, and other aesthetic behaviors (that are impressionable in a person) with the majority of people in your community; It varies a lot from place to place and year to year. It's not just about clothes, but also every other aspect of society from food to music or to hobbies; style in wear, make-up; Just fun!; it's an art of clothing and accessories... the human body is the canvas and fashion is whatever you put together to make a statement... Мода, постоянно меняясь, вносит разнообразие в повседневную жизнь. Влияние моды неограниченно: предметы гардероба, речь, музыка, увлечения, косметика... Человеческое тело воспринимается как холст, а мода – как средство для выражения собственного «Я».

«*Мода – состязание*»:

- Fashion is competition for superiority; a pointless pursuit of one upmanship; a social construct invented to indicate social status within a given society; the desire to be like center of attention; society has turned it into a never ending quest for new and different ideas in clothing, hair and genital piercing... Мода подразумевает бесполезную жажду превосходства; явление, предполагающее классовое разделение внутри общества, которое выражается в постоянной схватке и попытке превзойти остальных, постоянно изменяясь самому.

«*Мода – внешняя атрибутика*»:

- Fashion is a lifestyle that involves paying a lot of attention to outward appearance; stylish; great clothes, up-to-date on new styles and trends in the world; accepted appearance; clothes that make an impression; glamour; glamorous, someone who is always in the style... Мода предполагает следованию определенному стилю, существующему в данный момент, который сводится к уходу за внешностью и использованию определенных аксессуаров и предметов гардероба.

Значение «*непрочная, быстропроходящая популярность*» прослеживается в следующих определениях:

- Fashion: a trend which often repeats itself over the years; may be repetitive several decades later... Мода может повторяться и возвращаться спустя года и даже десятилетия.

«*Мода – затраты*»:

- Fashion: over-priced dreadfully designed and uncomfortable clothes; artificial social directives for humans to waste money and time pursuing an ever-changing personal hobby; the desire to spend a lot of money on clothing... Мода – недешевое удовольствие и в большинстве случаев предполагает определенное количество материальных затрат и времени, если вы следуете модным тенденциям, навязанными дизайнерами.

«*Мода – актуальность*»:

- Fashion: a current trend in society; is an adherence to local trends and customs that deal with contemporary manners of appearance and behavior; being current in trends; something new, unusual, revolutionary and modern; clothes that are fashionable and in style; designs of articles of clothing; fashion is the latest, newest, most popular designs in clothing and accessories; fashion is in style, trends, fabrics and colors that describe without words the actuality of society from a man/woman's point of view; the latest and popular trends that can be worn around the world... Следуя современной моде, вы придерживаетесь и принимаете правила, которые в данный момент циркулируют в обществе в разных областях: одежде, аксессуарах, поведении, тканях, цветах, прическах...

Некоторые определения, на наш взгляд, заслуживают отдельного внимания, так как заключают в себе несколько компонентов, по которым респонденты оценивают моду. Например, в определении: "Fashion exemplifies the appearance of clothing but the term encompasses more. Many fashions are popular in many cultures at any given time. Important is the idea that the course of design + fashion will change more rapidly than the culture as a whole" (Примером модного можно назвать область одежды, но данный термин включает в себе гораздо больше значений. Существует много «мод» во многих культурах в определенное время. Важно то, что мода + дизайн будут изменяться намного быстрее, чем культура в целом) прослеживается связь и олицетворение моды как явления, широко распространенного в определенный временной период; но уточняется тот факт, что изменения в моде, также как в искусстве дизайна, меняются намного быстрее, чем происходят изменения в культуре. Бездумная трата средств на направления в моде, которые очень быстро сменяют друг друга, и разграничение между модой и стилем прослеживаются в следующем определении: "Too many people waste money on fashion trends that

end up going away quickly. Anyone can copy TV and magazines to be fashionable at the moment. But it takes a certain person to truly have a style. Fashion and style are two completely different things. Fashion you buy, style you have” (Слишком много людей напрасно тратят деньги, следуя модным тенденциям. Любой может быть модным, копируя варианты, предлагаемые телевидением и модными журналами. Но достаточно сложно найти свой неповторимый стиль. Мода и стиль – два совершенно разных понятия. Моду вы покупаете, стиль имеете), т.е. в данном случае различия между модой и стилем заключаются в обдуманном, целенаправленном и умелом использовании и следовании модным тенденциям, рассчитанным на большинство, и выделением индивидуального стиля, присущего лично отдельному человеку. Похожее определение можно встретить в следующем ответе: “You may find your style and be fashionable, but you may follow the latest fashions and seem eccentric and foolish...” (Можно найти свой стиль и быть модным, а можно следовать модным направлениям и выглядеть эксцентрично и глупо...), где одним из важных и главных условий умения быть модным является следование собственному стилю, чтобы не выглядеть глупо, следуя моде, предпочитаемая одежда, которая вам не подходит. Противоположное по смыслу определение звучит так: “Fashion is an attempt to fit in with current trends and pay no need to comfort at things that are actually aesthetically pleasing” (Мода – это попытка соответствовать и приспособливаться к модным течениям и не обращать внимания на удобство тех вещей, которые вам подходят больше), где противоречивые чувства человек испытывает, следуя моде, и носит одежду, которую ему навязывают модные тренды, а не руководствуясь собственными желаниями при выборе гардероба. Мода как массовое явление, которой присущ эффект подражания, отражается в следующем определении: ““Fashion” is about fitting in with the crowd (and usually spending a lot of money to do so!)” (Мода – это следование за множеством, толпой (и обычно довольно затратное явление!)), где опять говорится о моде, как о дорогостоящем феномене.

Также в одном из определений мода воспринимается как часть индустрии по производству одежды, а модный человек – как изысканная, изящная личность приятной и опрятной наружности: “Fashion is the commercial artistic enterprise of producing, designing and marketing clothes. Fashionable – is having a cultivated, tidy appearance” (Мода – деятельность по конструированию, производству и сбыту одежды. Быть модным – значит иметь ухоженный и опрятный вид). В некоторых определениях мода наделяется такими качествами как выскомерность и гордыня (“proud, arrogant”); и в единственном из всех дефиниций мода определяется через глагол: “Fashion – verb to make, build or assemble an object” со значением «придавать форму, создавать, приспособливать».

Вышеизложенный материал позволяет сделать ряд заключений:

1. Как в американской, так и русской лингвокультурах понимание моды совпадает по составляющим ее участникам и как положительно воспринимаемое явление с точки зрения привлекательности, вызываемого интереса и актуальности. Часть реакций для русских и американцев совпадают, хотя в различной степени. Часть отмеченных респондентами составляющих моды с точки зрения затрат, последователей и отношения к моде не находят своей смысловой пары в рассматриваемых лингвокультурах.

2. Данные социолингвистического опроса дают возможность заключить, что в целом для большинства носителей русской и американской лингвокультур мода оценивается как положительное явление социальной жизни общества, хотя приблизительно для того же количества респондентов необходимость следовать моде не вызывает положительных эмоций. Совпадая с лексикографическими источниками, и в американской и в русской лингвокультуре, феномен моды передает следующие значения: «господство в определенной общественной среде в определенное время тех или иных вкусов», «не-

прочная, быстропроходящая популярность». Исключение составляет ассоциация глагола “to fashion”, в значении «придавать форму, создавать, приспособливать» в английском языке. Наполнение концепта в обоих языках расширяется за счет дополнительных значений: «мода как зависимость общества от определенной группы (дизайнеров, модельеров, лидеров)», «мода как образцы предметов, отвечающие господствующим вкусам на данный момент», «мода-подражание», «мода-индивидуальность», «мода-разнообразие», «мода – внешняя атрибутика», «мода-повторение прошлого», «мода-актуальность». Уникальными для американской лингвокультуры являются значения: «мода – состязание», «мода – затраты».

Список литературы

1. Карасик В. И. Лингвокультурный концепт как единица исследования / В. И. Карасик, Г. Г. Слышкин // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. – Воронеж : Воронеж. ун-т, 2001а. – С. 75–80.

References

1. Karasik V. I. Lingvokul'turnyj koncept kak edinica issledovaniya / V. I. Karasik, G. G. Slyshkin // Metodologicheskie problemy kognitivnoj lingvistiki. – Voronezh : Voronezh. un-t, 2001a. – S. 75–80.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ FACEBOOK И TWITTER: ИСТОРИЧЕСКИЙ ЭКСКУРС И СОВРЕМЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Янукия Диана Эдуардовна, аспирант, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, 119991, Россия, г. Москва, Ленинские горы, д. 1, e-mail: diana_yanukyan@mail.ru.

В статье дается краткий диахронический срез развития двух популярных у бизнеса социальных сетей Facebook и Twitter, анализируются особенности их функционирования и рассматриваются возможности, которые они предлагают для эффективного продвижения компаний и брендов в глобальной сети.

Ключевые слова: социальные сети, Facebook, Twitter, история, возможности

SOCIAL NETWORKS FACEBOOK AND TWITTER: HISTORICAL REVIEW AND MODERN FEATURES

Yanukyan Diana E., Postgraduate Student, Lomonosov Moscow State University, 119991, Russia, Moscow, 1 Lenin Hills, e-mail: diana_yanukyan@mail.ru.

The article provides a brief diachronic section of two popular with business social networks Facebook and Twitter, analyzes the characteristics of their operation, and discusses the opportunities they offer to effectively promote companies and brands in the global network.

Keywords: social networks, Facebook, Twitter, history, opportunities

Социальные сети – феномен, возникший не так давно (их развитие совпало с началом нового тысячелетия), однако столь стремительно эволюционирующий сам и меняющий действительность вокруг себя, что уже успел обзавестись «историей» и обозначить новые возможности.

«Родиной» нового явления стала Кремниевая долина в США, где в работе над новыми проектами были аккумулированы усилия лучших программистов, тестировщиков, IT-инженеров и веб-дизайнеров со всего мира. Первая