

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра перевода и межкультурной коммуникации
Направление подготовки 45.03.02 – Лингвистика
Направленность (профиль) образовательной программы Перевод и переводо-
ведение

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой




Т. Ю. Ма

« 10 » 06 2024 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Репрезентация лингвокультурного концепта «fashion» в журнале
«Vogue» на английском и русском языке

Исполнитель
студент группы 035-об

 10.06.2024

(подпись, дата)

Я. Д. Шершнёва


Руководитель
канд. филол. наук

 10.06.2024

(подпись, дата)

Н. В. Ройба

Нормоконтроль
зав. кафедрой

 10.06.2024

(подпись, дата)

Т. Ю. Ма

Благовещенск 2024

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
Высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет международных отношений
Кафедра перевода и межкультурной коммуникации

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

Т. Ю. Ма Т. Ю. Ма

подпись

И.О. Фамилия

«1» 09 2024 г.

ЗАДАНИЕ

К бакалаврской работе студента Шершнёвой Яны Дмитриевны

1. Тема бакалаврской работы: Репрезентация лингвокультурного концепта «fashion» в журнале «Vogue» на английском и русском языке

2. Срок сдачи студентом законченной работы 10.06.2024

3 Исходные данные к бакалаврской работе: курсовые работы: «Репрезентация лингвокультурного концепта «fashion» (на материале англоязычных лексикографических источников)» и «Концепт «fashion» в текстах англоязычного журнала «Vogue»

4. Содержание бакалаврской работы (перечень подлежащих разработке вопросов): корреляция языка, культуры и сознания; понятие концепта в лингвистике и лингвокультурологии и его структура; современные подходы к исследованию концептов и методы их исследования, репрезентация концепта «fashion»

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и тп.): таблица

6. Дата выдачи задания 01.09.2023

Руководитель бакалаврской работы: Ройба Наталья Владимировна, канд. филол. наук

(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата): 01.09.2023

(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 53с., 81 использованных источников

КОНЦЕПТ, ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЯ, ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ
КОНЦЕПТ, СТРУКТУРА КОНЦЕПТА, МЕТОД КОНЦЕПТУАЛЬНОГО
АНАЛИЗА, FASHION, МОДА, ГЛЯНЦЕВЫЙ ЖУРНАЛ

В работе исследуется репрезентация лингвокультурного концепта «fashion / мода» в глянцевах журналах на английском и русском языках.

Цель исследования – рассмотрение репрезентаций лингвокультурного концепта «fashion / мода» в глянцевах журналах на английском и русском языках и воссоздание его структуры.

В ходе исследования описываются понятие концепта как единицы описания языка и культуры, организационная структура лингвокультурного концепта, методы его исследования.

В результате анализа лексикографических источников определяются ядерные и периферийные признаки концепта «fashion / мода». В ходе анализа глянцевах журналов уточняются дополнительные признаки исследуемого концепта и реконструируется его модель.

В работе использованы описательный метод, метод обобщения, сравнительный анализ, концептуальный анализ, включающий дефиниционный, контекстуальный, интерпретативный методы исследования.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические основы исследования лингвокультурного концепта	8
1.1 Корреляция языка, культуры и сознания	8
1.2 Понятие и структура лингвокультурного концепта	10
1.3 Концептуальный анализ как метод научного исследования	13
2 Репрезентации лингвокультурного концепта «fashion / мода» в лексико- графических источниках	17
2.1 Репрезентации лингвокультурного концепта «fashion» в англоязыч- ных лексикографических источниках	17
2.2 Репрезентации лингвокультурного концепта «мода» в русскоязыч- ных лексикографических источниках	19
2.3 Ядерные признаки лингвокультурного концепта «fashion / мода»	22
3 Репрезентации лингвокультурного концепта «fashion / мода» в глянце- вых журналах	24
3.1 Вербализация лингвокультурного концепта «fashion / мода» в текстах глянцевого журналов	24
3.2 Структура лингвокультурного концепта «fashion / мода»	40
Заключение	44
Библиографический список	46
Приложение	53

ВВЕДЕНИЕ

Язык и культура, будучи относительно самостоятельными феноменами, связаны через значения языковых знаков, которые обеспечивают их онтологическое единство. Исследования языковых представлений концептов, специфичных для определенных национальных культур, позволяет определить культурные коды мышления разных народов.

Мода является одной из самых важных и влиятельных отраслей современной культуры. Она не только определяет стиль и образ жизни людей, но и является отражением социальных, экономических и культурных тенденций общества. Данная работа посвящена специфике функционирования концепта «fashion / мода» в глянцевах журналах на английском и русском языках.

Современный гляцевый журнал является изданием, представляющим массовую культуру, ориентирован на пропаганду так называемых «гламурных» стандартов жизни, общепризнанных стандартов моды, красоты, социально-гендерных взаимоотношений. Кроме рекламы, глянец формирует представление читателей о красоте, моде, стилевых направлениях, общественном и личном успехе. Журнал оказывает влияние на нормы поведения в типичных ситуациях, дает советы на темы моды, красоты, здоровья, отдыха, хобби, межличностных отношений. Выбор тем статей и иллюстраций предопределен целевой аудиторией конкретно- го издания, модными трендами, культурными стандартами общества. Такие издания всегда отличает высокое качество иллюстраций и полиграфии, а основным источником дохода является реклама товаров класса «люкс».

Актуальность данной бакалаврской работы заключается в том, что мода является глобальным феноменом. Понимание культурных различий в восприятии моды и их отражение в языке является необходимым для успешной межкультурной коммуникации и понимания мировых трендов развития социальных практик в креативных индустриях.

Новизна исследования заключается в обобщении и описании результатов научных работ, направленных на изучение лингвокультурных концептов,

анализе концепта «fashion / мода» на материале современных глянцевого журналов на английском и русском языках.

Гипотеза исследования заключается в том, что концепт «fashion / мода» в текстах глянцевого журналов является не только отражением модных тенденций, но и инструментом формирования общественного мнения о стиле, культуре и социальном статусе. Концепт «fashion / мода» также имеет большое значение для экономики и бизнеса, так как модная индустрия является одной из самых прибыльных отраслей. Несмотря на универсальность глобальной модной индустрии, в культурах и языках фиксируются разные признаки.

Цель исследования заключается в рассмотрении репрезентаций лингвокультурного концепта «fashion / мода» в глянцевого журналах на английском и русском языках и воссоздании его структуры.

Задачи:

- 1) рассмотреть понятие лингвокультурного концепта как единицы описания языка и культуры, изучить его организационную структуру;
- 2) описать специфику методов исследования лингвокультурных концептов в современной лингвистике;
- 3) проанализировать языковые репрезентации изучаемого концепта на материале лексикографических источников на русском и английском языках;
- 4) описать признаки концепта в русском и английском языковом сознании;
- 5) проанализировать репрезентации концепта в текстах глянцевого журналов на английском и русском языках;
- 6) провести сравнительный анализ репрезентаций лингвокультурного концепта «fashion / мода» в английском и русском языках, выделить универсальные и дифференциальные признаки;
- 7) описать структуру исследуемого лингвокультурного концепта

Объектом данного исследования являются языковые репрезентации концепта «fashion / мода» в текстах глянцевого журналов на английском и русском языках.

Предметом данного исследования является структура лингвокультурного концепта «fashion / мода» в текстах глянцевого журналов на английском и русском языках.

Теоретическая значимость работы заключается в углублении теоретических представлений о концепте как единице описания языка и культуры, теоретическом обобщении подходов к исследованию лингвокультурных концептов.

Практическая значимость работы определяется тем, что полученные в ходе исследования результаты могут быть использованы при дальнейшем описании языкового материала в учебных целях – для написания курсовых и выпускных квалификационных работ. Основные теоретические положения работы могут использоваться в спецкурсах по межкультурной коммуникации, когнитивной лингвистике и лингвокультурологии.

Методы исследования: анализ и синтез общенаучной литературы, описательный метод, метод обобщения, сравнительный анализ, концептуальный анализ, включающий дефиниционный, контекстуальный, интерпретативный методы исследования.

Материалом исследования послужили данные лексикографических источников («Большой энциклопедический словарь», «Толковый словарь Даля», «Этимологический словарь русского языка М. Фасмера», «Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона», «Этимологический словарь Шанского», «The dictionary by Merriam-Webster», «Oxford English Dictionary», «Cambridge Dictionary», «Collins Online Dictionary».

А также публикации глянцевого журналов: «VOGUE USA», «VOGUE Russia», «Cosmopolitan USA», «Cosmopolitan Россия» (с 2022 года «The Voice») в количестве 246 статей (в период с 2021 года по 2023).

Структура работы. Работа состоит из введения, трех глав, заключения и библиографического списка.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО КОНЦЕПТА

1.1 Корреляция языка, культуры и сознания

Проблема взаимоотношения языка и культуры всегда привлекала внимание исследователей, так как она играет ключевую роль в межкультурной коммуникации. По мнению С. Г. Тер-Минасовой, «язык — зеркало культуры, в нем отражается не только реальный мир, окружающий человека, не только реальные условия его жизни, но и общественное самосознание народа, его менталитет, национальный характер, образ жизни, традиции, обычаи, мораль, система ценностей, мироощущение, видение мира»¹. Однако, не представляется возможным рассматривать взаимосвязь языка и культуры вне связи с мышлением².

В свою очередь, Д. Хаймс отмечает: «Проблема «язык и культура» была связующим звеном между языком и мышлением (или, как сейчас модно говорить, когнитивностью)»³.

Описанием взаимосвязи мышления и культуры занимались исследователи в области психологии, среди них – Л. С. Выготский, А. Р. Лурия, М. Коул, С. Скрибнер и другие⁴.

Связь между культурой, языком и мышлением не только не отрицается, но и подчеркивается, так как культура выступает в качестве интегрального звена между языком и мышлением. Очевидно, что язык не может существовать вне культуры, точно так же, как и культура не может существовать без языка. В языке находят отражение обычаи и привычки, образ жизни и культурные модели, а значит, релевантные для носителей культуры черты внеязыковой действительности⁵.

¹Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. М., 2000. С. 624.

²Лебедев М. Г. Время как когнитивная доминанта культуры. Сопоставление американской и русской концептосфер. Владивосток, 2002. С. 44.

³Хаймс Д. Два типа лингвистической относительности. М., 1975. С. 247.

⁴Коул М., Скрибнер С. Культура и мышление. М., 1977. С. 263.

⁵Лебедев М. Г. Время как когнитивная доминанта культуры. Сопоставление американской и русской концептосфер. С. 68.

Важно отметить, что в пользу несомненной взаимосвязи и неразрывности культуры и языка говорит общность основных (трех групп) функций языка и культуры.

Во-первых, и язык, и культура закрепляют и передают информацию и осуществляют обмен между отдельными индивидами и общностями людей: семиотическая функция культуры и язык как система знаков разного уровня, гносеологическая функция культуры и язык как явление, заключающее в себе знание и познание.

Во-вторых, речь идет о таких функциях, которые свидетельствуют о регулировании поведения людей и его оценки: аксиологическая, регулятивная экспрессивно-эмоциональная функции.

И, в-третьих, учитывая социальное и индивидуальное в языке, можно говорить о функции разграничения социальных и иных общностей культуры и функции формирования национально-языковой картины мира⁶.

Тесная взаимосвязь между культурой и языком – ключевой аспект данного исследования. Культура влияет на функциональное использование языка, его структуру, а сам язык, тем самым, можно считать проявлением культуры. Язык также затрагивает и подкрепляет культурные ценности и взгляды на мир – так осуществляется обратная связь. При такой природе взаимоотношений между культурой и языком становится очевидным, что ни одну культуру нельзя полностью понять без понимания ее языка, равно как и наоборот. И поскольку язык влияет на мышление и взгляды на мир, понимание того, как воздействует на язык культура, имеет важное приложение в области понимания культурных различий в точках зрения на мир⁷.

Язык – это и орудие создания, развития, хранения культуры, и ее часть. Он принимает участие в создании объективно существующих произведений материальной и духовной культуры.

⁶Лейчик М. В. Анализ соотношения культуры и языка: функциональный подход. // Тезисы докладов международной научной конференции «Язык и культура». М., 2001. С. 15-16.

⁷Мацумото Д. Психология и культура. СПб., 2003. С. 720.

Концепт, в свою очередь, – концентрат, хранитель социально значимой, культурной информации, представленной в структуре сознания человека и отраженной в языке.

1.2 Понятие и структура лингвокультурного концепта

В настоящее время понятие «концепт» активно используется в рамках философских, лингвистических, политических, философско-культурологических и других гуманитарных исследований, и его толкование имеет ряд особенностей.

Как лингвистический термин, концепт впервые упоминается в статье «Концепт и слово» филолога и философа С. А. Аскольдова. По его мнению, концепт является, прежде всего, реальностью психофизической природы, и связан с возникающими в нашем сознании представлениями, которые он как мысленное образование замещает нам в процессе мышления⁸. Вслед за Аскольдовым Д. С. Лихачев также отмечал заместительную функцию концепта, выделяя в нем свойство изменчивости в интерпретации действительности в зависимости от образования, личного, профессионального и социального опыта носителя языка⁹.

На основе данной методики Ю. С. Степанов составил словарь ключевых понятий русской культуры «Константы: словарь русской культуры», в котором отражены основные концепты культуры России.

Исходя из разнообразия представленных понятий концепта в лингвистической литературе можно сделать вывод о комплексной природе концепта, которую следует рассматривать с различных точек зрения:

1) Концепт как культурное явление. Концепты – самоорганизующиеся интегративные функционально-системные многомерные (как минимум, трехмерные) идеализированные формообразования, опирающиеся на понятийный (или псевдо-, или пред- понятийный) базис, закрепленный в значении какого-либо знака: научного термина, или слова (словосочетания) обыденного

⁸ Аскольдов С. А. Концепт и слово. Л., 1928. С. 28-44.

⁹ Лихачёв Д. С. Концептосфера русского языка // Серия Литературы и языка. Том 52. 1993. С. 3-9.

языка, или более сложной лексико-грамматико-семантической структуры, или невербального предметного (квазипредметного) образа, или предметного (квазипредметного) действия и т. д.»¹⁰.

«Концепт – это как бы сгусток культуры в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека. И, с другой стороны, концепт – это то, посредством чего человек – рядовой, обычный человек, не» творец культурных ценностей» – сам входит в культуру. А в некоторых случаях и влияет на нее». «Концепт – основная ячейка культуры в ментальном мире человека»¹¹.

Концепты – первичные культурные образования, выражение объективного содержания слов, имеющие смысл и поэтому транслитерируемые в различные сферы бытия человека¹².

2) Концепт как лингвистическое явление. Концепт – это конструкт, репрезентирующий ассоциативное поле имени, но не равный ему. Концепт – это парадигматическая модель имени, включающая и логическую структуру его содержания, и сублогическую. Эти структуры выводятся соответственно и из свободной сочетаемости имени, и из несвободной, то есть из синтагматических отношений имени, зафиксированных в тексте». «Содержание концепта включает в себя содержание наивного понятия, но не исчерпывается им, поскольку охватывает все множество прагматических элементов имени, проявляющихся в его сочетаемости»¹³.

«Концепт – это единица эмического уровня (сопоставимая с фонемой, лексемой, морфемой и др.), которая на этическом уровне репрезентируется при помощи сигнификата (содержания и объема понятия), лексического значения и внутренней формы слова (способа представления внеязыкового содержания)»¹⁴.

«Концепт – факт образа жизни, общественного сознания, теории,

¹⁰ Ляпин С. Х. Концептология: к становлению подхода. Архангельск, 1997. С. 19.

¹¹ Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. опыт исследования. М., 1997. С. 824.

¹² Карасик В. И. Иная ментальность. М., 2005. С. 352.

¹³ Чернейко Л. О. Лингвофилософский анализ абстрактного имени. М., 1997. С. 349.

¹⁴ Пименова М. В. Типы концептов. Кемерово, 2010. С. 38.

выраженной в языковой форме. Концепт рождается на базе слова в полном объеме его содержания, включая коннотацию и конкретно-чувственные ассоциации... Концепт содержит в себе не только понятие о классе явлений, но и объемное ассоциативное социокультурное представление об этих явлениях в обобщенном виде... Концепт выражается языком и закреплен за отдельными словами или словосочетаниями, но не равен языковой единице. Содержание концепта складывается из содержания множества слов, контекстов и текстов, в которых откладывается общее понимание некоторого факта сознания...»¹⁵.

3) Концепт как лингвокультурное явление. «Концепт – единица, призванная связать воедино научные изыскания в области культуры, сознания и языка, так как он принадлежит сознанию, детерминируется культурой и опредмечивается в языке»; его формирование – «процесс редукции результатов опытного познания действительности до пределов человеческой памяти и соотнесения их с ранее усвоенными культурно-ценностными доминантами...»¹⁶.

4) Концепт как лингвокогнитивное явление. «Концепт – дискретное ментальное образование, являющееся базовой единицей мыслительного кода человека, обладающее относительно упорядоченной внутренней структурой, представляющее собой результат познавательной (когнитивной) деятельности личности и общества и несущее комплексную, энциклопедическую информацию об отражаемом предмете или явлении, об интерпретации данной информации общественным сознанием и отношении общественного сознания к данному явлению или предмету»¹⁷.

Несмотря на разнообразие существующих определений концепта, можно выделить в них общую черту: в них всегда подчеркивается актуальная для современной лингвистики идея комплексного изучения языка, сознания и культуры.

Концепт имеет сложную структуру. С одной стороны, к ней

¹⁵ Матвеева Т. В. Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика. М., 2003. С. 431.

¹⁶ Слышкин Г. Г. От текста к символу. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. М., 2000. С. 128.

¹⁷ Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. С. 55.

принадлежит «всё то, что принадлежит строению понятия», а с другой стороны, в структуру концепта входит «всё то, что делает его фактом культуры», а именно этимология, история, современные ассоциации, оценки и другое.

В. И. Карасик различает в структуре концепта образно-перцептивный компонент, понятийный компонент и ценностную составляющую (оценка и поведенческие нормы)¹⁸. Первые два элемента объединяют два базовых способа осмысления действительности, а третий предоставляет возможность включения анализируемой единицы в общий культурный контекст¹⁹.

По мнению Г. Г. Слышкина, «ядро концепта составляют наиболее актуальные для носителей языка ассоциации, менее значимые – периферию. Четких границ концепт не имеет, по мере удаления от ядра происходит постепенное затухание ассоциаций»²⁰.

Таким образом, концепт – это «единица, призванная связать воедино научные изыскания в области культуры, сознания и языка, так как он принадлежит сознанию, детерминируется культурой и опредмечивается в языке»²¹, поэтому в нашем исследовании концепт рассматривается с лингвокультурологической позиции, а не как понятие, относящееся к области когнитивистики. Определяющими в таком подходе являются процессы порождения концептов – концептуализация и категоризация, с помощью которых выделяются базовые компоненты семантики концепта, выявляются общие признаки, повторяющиеся в фоновом окружении.

1.3 Концептуальный анализ как метод научного исследования

Существуют несколько методик анализа концептов и представления их структуры, которые описаны В. Н. Телия, В. И. Карасиком, З. Д. Поповой и И. А. Стерниным.

В данной работе мы использовали подход З. Д. Поповой и И. А. Стернина к описанию структуры концепта.

¹⁸Карасик В. И., Слышкин Г. Г. Лингвокультурный концепт как единица исследования // Методологические проблемы когнитивной лингвистики: сб. науч. тр. Воронеж, 2001. С. 75-80.

¹⁹ Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград, 2002. С. 129.

²⁰ Слышкин, Г. Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты. Волгоград, 2004. С. 29.

²¹ Слышкин Г. Г. От текста к символу. С. 9.

Согласно методике исследования структуры концепта И. А. Стернина, любой концепт имеет базовый слой, который представлен определенным чувственным образом.

Базовый образ может исчерпывать содержание концепта, если концепт отражает конкретные чувственные ощущения и представления, либо концепт представлен в сознании очень примитивно мыслящих индивидов. В более сложных концептах дополнительные когнитивные признаки наслаиваются на базовый образ и образуют мякоть плода. Признаков может быть много, они могут образовывать относительно автономные концептуальные (когнитивные) слои и наслаиваться от более конкретного слоя к более абстрактному²².

Также к базовому слою добавляются некоторые концептуальные признаки. Когнитивные слои, которые отражают развитие концепта, его взаимодействие с другими концептами дополняют базовый когнитивный слой.

Когнитивными эти слои называются потому, что они отражают определенный результат познания внешнего мира. Когнитивные слои образуются концептуальными признаками. Совокупность базового слоя и дополнительных когнитивных признаков и когнитивных слоев составляют объем концепта и определяют его структуру. Многочисленных когнитивных слоев в концепте может и не быть, но базовый когнитивный слой с чувственно-образным ядром есть у каждого концепта²³.

И. А. Стернин выделяет три структурных типа концептов – одноуровневые, многоуровневые и сегментные концепты.

Одноуровневый концепт включает только чувственное ядро, фактически – один базовый слой. Таковы концепты – предметные образы, некоторые концепты-представления. Такую структуру имеют многие концепты в сознании ребенка, а также концепты в сознании интеллектуально неразвитой личности²⁴.

²² Стернин И. А. Методологические проблемы когнитивной лингвистики. Воронеж, 2001. С. 58.

²³ Там же. С. 59.

²⁴ Т Стернин И. А. Методологические проблемы когнитивной лингвистики. Воронеж, 2001. С. 59.

Концепт может быть многоуровневым – включать несколько когнитивных слоев, различающихся по уровню абстракции, отраженному ими и последовательно наслаивающихся на базовый слой.

Наконец, концепт может быть сегментным, представлять собой базовый чувственный слой, окруженный несколькими сегментами, равноправными по степени абстракции²⁵.

Что касается сегментного концепта, в языке когнитивным слоям или сегментам соответствуют семемы.

Кроме ядра, концепт имеет объемную интерпретационную часть – совокупность слабо структурированных предикаций, отражающих интерпретацию отдельных концептуальных признаков и их сочетаний в виде утверждений, установок сознания, вытекающих в данной культуре из содержания концепта²⁶.

Ядро концепта – его базовый слой и совокупность когнитивных слоев и когнитивных сегментов в совокупности образующих их когнитивных признаков.

Интерпретационное поле концепта составляет его периферию. Исследованию подлежит как ядро, так и периферия, однако важно дифференцировать их в процессе описания, поскольку их статус и роль в структуре сознания и в процессах мышления различны²⁷.

И. А. Стернин предлагает следующую последовательность анализа ядра концепта в рамках когнитивной лингвистики: определить интересующий нас концепт; выявить ключевые слова-репрезентанты концепта.

На периферии содержания концепта находятся разнообразные определения, толкования, которые отражены в паремиях, афоризмах, крылатых выражениях, а иногда и в публицистических, художественных и научных текстах. Из этого в основном и выделяется интерпретационное поле концепта, в

²⁵ Там же С. 60.

²⁶ Там же С. 61.

²⁷ Там же.С. 61.

котором содержатся смысловые признаки, скрытые от прямого наблюдения.

Таким образом, методика исследования структуры концепта, предложенная И.А. Стерниним, которая будет использована в данной работе, предполагает исследование концепта путем описания его ядра и интерпретационного поля.

Лингвокогнитивный подход к пониманию концепта в лингвистике является одним из основных. Концепт как лингвокогнитивное явление представляет собой «единицу ментальных или психических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры, которая отражает знания и опыт человека; оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы языка и всей картины мира, отражаемой в человеческой психике»²⁸.

Вывод. В данной главе были рассмотрены различные направления в понимании концепта; вопрос соотношения языка, культуры и мышления; описана структурная организация лингвокультурного концепта; был рассмотрен концептуальный анализ как метод научного исследования.

Концепт обладает полевой структурой, включающей в себя базовый, чувственный слой, и интерпретационное поле. В ходе анализа концептов выявляются ядерные, принадлежащие базовому слою, и периферийные, принадлежащие интерпретационному полю, концептуальные признаки.

²⁸ Кубрякова Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов. М., 1996. С. 90.

2 РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО КОНЦЕПТА «FASHION / МОДА» В ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКАХ

2.1 Репрезентации лингвокультурного концепта «fashion» в англоязычных лексикографических источниках

В 17-18 вв. в разных языках это слово интерпретируется с позиций феномена обычая; часто эти слова использовались как взаимозаменяемые или близкие по значению. В словарях английского языка с 1300 г. существительное «fashion» стало употребляться в значении «shape, manner, mode» (форма, поведение, образ действий, обычай) от древнего французского «façon» и от латинского «factionem» в значении «group of people acting together» (группа людей с общими интересами или действующие сообща). В значении «prevailing custom» (господствующий, распространенный обычай) понятие «fashion» употребляется с 1489 г., «style of attire» (мода на одежду и украшения) – с 1529 г. Первые употребления глагола зафиксированы в 1413 г.; «fashionable» в значении «stylish» (модный, элегантный, стильный) появилось в речи с 1608 г.²⁹

Согласно «Collins Online Dictionary» частота употребления лексемы «fashion» увеличилась в конце 1700-х годов и продолжает расти до сегодняшнего дня. Однако пик частотности использования был достигнут в 1920-х годах, когда мода стала более доступной и разнообразной. С тех пор частотность использования лексемы «fashion» постепенно снижается, но остается на достаточно высоком уровне.

Концепт «fashion» продолжает развиваться и изменяться со временем, отражая тенденции и социальные изменения в обществе. В настоящее время, мода играет важную роль в культуре и экономике, и продолжает эволюционировать и изменяться со временем.

Изучив данные словарей, можно выделить следующие дефиниции, указанные в большинстве источников:

²⁹ Чурсина О. В. Лингвокультурный концепт «мода» в языковом сознании и коммуникативном поведении. Волгоград. 2010. С. 9.

1) «prevailing style (of clothes, behaviour) during a particular time» (преобладающий стиль (одежды, поведения) в течение определенного времени).

Пример: «In the early seventies I wore false eyelashes, as was the fashion»;

2) «the act or process of making something» (действие или процесс изготовления чего-либо). Пример: «Stone Age settlers fashioned necklaces from sheep's teeth».;

3) «manner or way of doing something, mode of action or operation» (манера или способ выполнения чего-либо, способ действия или операции). Пример: «It is happening in this fashion because of the obstinacy of one woman».;

4) «a distinctive or peculiar and often habitual manner, way or gesture» (отличительная или своеобразная привычная манера). Пример: «He told the story in a very amusing fashion».;

5) «the form of something or the way it's constructed» (форма чего-либо.)

В рамках базовой лексемы, репрезентирующей изучаемый концепт, выделяется ряд сем:

1) definite behaviour (поведение определенного рода);

2) action, process (процесс, действие);

3) manner (манера, способ / образ действия).

4) in / out (мода – есть пространство с ограниченными границами)

В словаре «Cambridge Dictionary» у существительного «fashion» встречается дополнительное значение «the business of making and selling clothes, shoes, etc. in new and changing styles»³⁰ (бизнес по производству и продаже одежды, обуви и т.д., согласно последним модным тенденциям).

Синонимичный ряд имени концепта «fashion» включает в себя синонимичные лексемы: «style», «mode», «vogue», «fad», «rage», «craze», «trend» и множество других, которые отличаются друг от друга по следующим признакам:

1) характер оценки моды в зависимости от временных установок;

³⁰ Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]. – URL : <https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/англо-русский/fashion>. (дата обращения 05.09.2022)

2) свойства одежды и манеры одеваться (хороший вкус противопоставляется броскости и экстравагантности);

3) стиль и характеристика модных тенденций.

Большое количество словосочетаний в английском языке с производной лексемой «fashion» объективируют основной признак «связанный с миром моды»: fashion-queen, fashion-plate, fashion-monger, fashion model, fashion statement, fashion photography, fashion designer, fashion goods, fashion victim, fashion-conscious, fashion house, fashion paper / magazine, fashion parade / show.

Дополнительными признаками концепта можно считать то, что в этих словосочетаниях выступают деятели с активной или пассивной позицией по отношению к моде «творец моды» / «последователь моды» / «жертва моды».

2.2 Репрезентации лингвокультурного концепта «мода» в русскоязычных лексикографических источниках

М. Фасмер указывает, что слово «мода» в русском языке впервые появилось при Петре I в конце XVII века в значении «образец», «манера». Оно пришло в русский язык из немецкого Mode или французского mode от лат. *modus* «мера (предмета), правило, образ, способ»³¹.

В этимологическом словаре Н. М. Шанского указано, что слово «мода» заимствование в начале XVIII в. из французского языка, где *mode* < лат. *modus* «манера», «правило, мера», того же корня, что греч. *metron* «мера», готск. *mitan* «мерить», мера. Мода буквально – «то, что умеренно, скромно»³².

В толковом словаре С. А. Ожегова приводится следующее определение моды:

1. Совокупность вкусов и взглядов, господствующих в определенной общественной среде в определенное, обычно недолгое время. Пример: «Войти в моду. Выйти из моды. Дань моде. Одет по последней моде. М. на короткую одежду. Ввести в моду новый фасон».

³¹Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. URL: https://azbyka.ru/otechnik/books/original/23348/vasmer_etimologicheskyy_slovar_2.pdf (дата обращения 25.02.2024)

³²Этимологический словарь Шанского. URL: <https://gufo.me/dict/shansky/moda> (дата обращения 25.02.2024)

2. мн. Образцы предметов, отвечающие таким вкусам (обычно об одежде). Пример: «Журнал мод».

3. Манера поведения, обычай (прост.). Пример: «Взял моду ругаться»³³

В толковом словаре В. Даля:

Мода – ж. франц. ходящий обычай; временная, изменчивая прихоть в житейском быту, в обществе, в покрое одежды и в нарядах; обик. Пример: «По моде, и мышь в комод. По старой вере, да по новой моде, о расколн. Ныне это в моде, в обычае, в обыке. Такая мода, обик. || В олон. назыв. модой головной девичий платок, повязанный по-городскому, концами вперед. Модочка, моск.-под. головная повязка из черного шелкового платочка»³⁴.

В энциклопедическом словаре Ф. А. Брокгауза и И. А. Ефрона.

Мода – форма проявлений культурной жизни, поскольку они вызываются не силою необходимости или преданий, а изменчивой прихотью дня. Психологической основой Мода является инстинктивная, слабо зависящая от сознательной воли переимчивость, как одно из проявлений стадности (см.). Область, где главным образом царит мода; нет, однако, такой сферы культурной жизни, которая могла бы совершенно избежать влияния моды. Ей подчинены способ приготовления и последовательность кушаний, обставление жилых помещений мебелью, установление празднеств, форма писем и т. д., вплоть до наиболее ходких в данный исторический момент философских учений или поэтических произведений (применение термина «мода» к явлениям в мире науки и искусств всегда, впрочем, имеет характер порицания).

Мода является фактором, сильно влияющим на спрос и поэтому нормирующим цену. Перемена моды обесценивает значительные запасы; она понижает ценность товаров, пригодность которых, в сущности, остается неизменною.

Россия со времен Петра В. подпала влиянию общеевропейской моде; лишь при императоре Павле I мода подвергалась гонению. Принцип

³³Толковый словарь С. А. Ожегова. URL: <https://gufo.me/dict/ozhegov> (дата обращения 25.02.2024)

³⁴Толковый словарь В. Даля. URL: <https://gufo.me/dict/dal/мода> (дата обращения: 05.02.2024)

правительственного вмешательства в дело моды, внесенный Петром Великим по отношению к ношению бороды или усов, удержался в России до половины XIX в.

Модные газеты и журналы моды возникли, вероятно, из костюмных книжек XVI и XVII вв. В России первым журналом, посвященным моде, было «Модное ежемесячное издание» (1779)³⁵.

В большом энциклопедическом словаре:

Мода – тип колебаний (нормальные колебания) в распределенных колебательных системах или тип волн (нормальные волны) в волноводных системах и волновых пучках (см. Волновод, Квазиоптика). Термин «мода» стал употребляться также для любого волнового поля (вне его источников) – обладающего определенной пространственной структурой (симметрией). Так появились понятия моды изучения лазера, «утекающей» моды, поверхностной моды, моды «шепчущей галереи», экспоненциально спадающей моды, связанных мод, селекции моды и т. д.

Мода – в статистике — величина признака (варианта) – чаще всего встречающаяся в совокупности единиц или в вариационном ряду (напр., размер одежды, пользующийся наибольшим спросом)³⁶.

В словаре синонимов русского языка выделены следующие синонимы слова «мода»: вог, высокая мода, манера, обыкновение, обычай, стиль, стрит-стайл, фэшн, тренд.

Слово «фэшн», являющееся транскрипцией английского слова «*fashion*», проникло в русский язык во второй половине 90-х годов XX века и прошло стандартный путь от иноязычного вкрапления к заимствованию.

2.3 Ядерные признаки лингвокультурного концепта «*fashion* / мода»

Проведя анализ репрезентаций лингвокультурного концепта «*fashion* / мода» в лексикографических источниках на английском и русском языках, нам

³⁵Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона. URL: <https://gufo.me/dict/brockhaus/Мода> (дата обращения 25.02.2024)

³⁶Большой энциклопедический словарь. URL: <https://gufo.me/dict/bes/МОДА> (дата обращения 25.02.2024)

удалось выделить ядерный слой изучаемого концепта.

Таким образом, на основе дефиниций, взятых в словарях, можно выявить следующие ядерные признаки концепта «fashion / мода». В английском языке:

1) преобладающий стиль (одежды, поведения) в течение определенного времени.

2) действие или процесс изготовления чего-либо.

3) манера или способ выполнения чего-либо, способ действия или операции.

4) отличительная или своеобразная привычная манера.

5) форма чего-либо.

В русском языке:

1) совокупность вкусов и взглядов, господствующих в определенной общественной среде в определенное, обычно недолгое время.

2) манера поведения, обычай.

3) фактор, влияющий на спрос.

Вывод. В данной главе были рассмотрены репрезентации концепта «fashion / мода» в лексикографических источниках на английском и русском языках, были выявлены ядерные признаки изучаемого концепта.

Сравнительный анализ концепта «fashion / мода» в системе русского и английского языков показал, что набор признаков различается. В английском языке, в качестве основных признаков выделяются признаки «преобладающий стиль (одежды, поведения)», имеющий временные ограничения», в то время как в русском языке этот стиль определяется неким обществом «совокупность вкусов и взглядов, господствующих в определенной общественной среде». Однако и в том, и в другом языке имеются указания на временную ограниченность.

Кроме того, еще два признака реализуются в обеих культурах и языках: «манера или способ выполнения чего-либо, способ действия или операции» и «отличительная или своеобразная привычная манера».

В обеих рассматриваемых языковых пространствах мода характеризуется популярностью, в погоне за ней формируется определенный тип поведения, она ассоциируется с предметами одежды и носит временный / не постоянный характер.

1) Этимологическое значение понятия «мода» и в русской, и в английской лингвокультурах со временем претерпело ряд изменений в значении.

2) В английской лингвокультуре фрагмент действительности, посвященный феномену «мода», обозначен вариативнее, чем в русском. Это достигается не только за счет существования лексем, синонимичных понятию «fashion» (style, mode, vogue, fad, rage, craze, trend), но и большим количеством сложных и производных слов, а также словосочетаний с лексемой «fashion» (fashion-queen, fashion-plate, fashion-monger, fashion model, fashion statement, fashion photography, fashion designer, fashion goods, fashion victim, fashion-conscious, fashion house, fashion paper / magazine, fashion parade / show), которые широко используются в различных типах дискурса.

3) В отличие от английского, в русском языке слово «мода» является научным термином в физике, употребляется в значении «тип колебаний (нормальные колебания) в распределенных колебательных системах или тип волн (нормальные волны) в волноводных системах и волновых пучках».

3 РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО КОНЦЕПТА «FASHION / МОДА» В ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛАХ

3.1 Вербализация лингвокультурного концепта «fashion / мода» в текстах глянцевого журнала

Следующим этапом нашего исследования был анализ журнальных статей в нескольких популярных глянцевого журналах, таких как «Vogue USA», «Vogue Russia», «Cosmopolitan USA» и «Cosmopolitan Россия» (с 2022 года «The Voice») с целью определения интерпретационного поля, которое составляет периферию изучаемого концепта. Было проанализировано 246 статей, выпущенных в период с декабря 2021 по май 2023, из которых 20, в равном соотношении на английском и русском языках, были отобраны в качестве материала для анализа.

«Vogue» – женский журнал о моде, издаваемый с 1892 года в США, с 1998 года в России. 8 марта 2022 года издательский дом «Condé Nast» объявил о приостановке бизнес-деятельности с российской компанией АО «Конде Наст».

«Cosmopolitan» – международный женский журнал. Содержание включает в себя статьи о взаимоотношениях, здоровье, карьере, самосовершенствовании, знаменитостях, а также моде и красоте. В 2022 году компания «Херст» (Hearst) отозвала лицензию у российской компании «Фэшн Пресс» (Fashion Press), куда входит российская редакция Космополитен (Cosmopolitan). С 11 мая 2022 года в России журнал начал издаваться под названием «The Voice».

Журнал «Cosmopolitan» впервые был выпущен в США в 1886 году как семейный журнал, позже стал литературным журналом, и в конце концов, в поздние 1960-е годы становится женским журналом. В России первый выпуск журнала «Cosmopolitan» был опубликован в 1994 году.

Проанализируем примеры из статей, отобранных из глянцевого журналов на английском языке.

1) Первая статья, которую мы отобрали для изучения называется «Center

of Attention» В данной статье рассказывается об актрисе Грете Ли, снявшейся в фильме «Прошлые жизни». Актриса считает моду – ключом к общественному признанию.

«Fashion was often the balm for Lee’s feelings of alienation growing up. «I remember starting a day off wearing my baggy UFO cargos, these scratch-and-sniff pants, to meet friends at Koreatown Plaza,» She says. «Then changing in the car to get dressed up for the b’nai mitzvah of the Katzenberg twins at the Beverly Hills Hotel. With my mom witnessing all of this thinking, You are a psychopath. But that was just normal to me»³⁷.

Но затем ей хотелось выделяться «Normal until Lee began to shed her desire to fit in. I started wearing huge platform high heels with really skinny trousers that covered the shoe, because that was how the Koreatown girls were dressing.»

2) В следующем примере мода выступает – как способ продвижения своей страны, в данном случае Китая.

«Our Costume program highlights extraordinary designers who have changed the course of fashion history», says Thomas P. Campbell, director and CEO of the Fine Arts Museums of San Francisco (which includes the Legion of Honor), “and Guo Pei is a perfect fit: Her career is emblematic of a shift in global fashion narratives and China’s rise as a fashion leader»³⁸.

В своих работах Гуо Пэй делает упор на традиционные китайские мотивы. Она добавляет интересные формы, вышивку, меха, драгоценные камни. В цветовой палитре дизайнера преобладает желтый и золотой цвет, оттенки солнца, которые считаются традиционно императорскими. Кроме золота, Гуо Пэй активно использует голубые и коралловые тона. Первые рассказывают о космосе, вселенной, единстве человека и природы, а вторые символизируют счастье в семье и жизни. Чтобы умело использовать в своих работах традиционные рисунки и формы, дизайнер многие годы изучила историю, искала

³⁷ VOGUE USA [Электронный ресурс]. – URL : <https://archive.vogue.com/issue/20230501> (дата обращения : 03.02.2024)

³⁸ VOGUE USA [Электронный ресурс]. – URL : <https://archive.vogue.com/issue/20220401> (дата обращения : 03.02.2024)

людей, который частично помнят утраченную, ранее популярную при династии Цин, технику вышивания.

3) В статье «Room to Grow» рассказывается о ферме «Sky High Farm», которая работает над тем, чтобы у каждого был доступ к ресурсам, необходимым для поддержания жизни, включая высококачественную пищу, соответствующую культурным традициям.

В данном случае, мода является способом развития культуры сельского хозяйства «That commitment has resulted in a business model where fashion doesn't just symbolize their values: It furthers them, too. Along those lines, Sky High Farm has partnered with Forge Project, an Indigenous arts and culture organization in upstate New York, to develop educational programming around an outdoor kitchen and two acres of land, where aspiring farmers can pilot new ideas – and has set aside \$250,000 for grants to farmers who come from the communities that Sky High Farm serves, or to «people who are interested in careers in agriculture that have historically been excluded from the conversation,» says the farm's COO, Josh Bardfield»³⁹.

Также мода в этой статье является средством поддержания экологии «With the majority of the collection made of deadstock materials – Comme des Garçons will be donating fabric for Sky High Farm Workwear to customize – Colen's launch fits right in with the environmentally conscious tide that has finally been pulling at the fashion industry».

4) В статье «Fitting in» автор делится проблемами, с которыми сталкиваются девушки с лишним весом.

«For decades, fashion sneered at fat women, expecting gratitude for offering them the bare minimum... The moment I made it past security, though, I noticed that every other person I passed was just slightly dressier – their heels higher, jewelry showier, accessories more exclusive. I was overqualified for the slightly above intern-level job I was there to interview for, but found myself nervous and self-

³⁹VOGUE USA [Электронный ресурс]. – URL : <https://archive.vogue.com/issue/20230501> (дата обращения : 03.02.2024)

doubting»⁴⁰.

Таким образом, в мире, где большая часть одежды известных брендов создана для людей с идеальными фигурами, мода может стать причиной неуверенности в себе.

Незаинтересованность брендов в производстве красивой и качественной одежды больших размеров, сплотило людей с лишним весом, и они взяли всё в свои руки.

«The only good thing about the years of indifference from the fashion community: Plus-size people took matters into their own hands, creating forums and blogs, Reddit threads, and TikTok accounts to help one another find clothes»

5) В статье «Perfectly Imperfect» мода – это продвижение идеи о том, что всё несовершенное – совершенно.

«So much has been said about the relentlessness of our age, and that very modern yearning for perfection – for so-called optimization (an awful word). But perhaps we've had enough? Perhaps something is shifting? Fashion certainly thinks so. Asymmetries, patchwork effects, a glorious sense of incipient unraveling: It all reflects what it means to be human right now, that idea that life is nothing more than a work in progress, a determination to keep going – a notion that can fly in the face of the idealized visions we see on social media. «There is this fake idea of perfection that I have always hated», says Miuccia Prada. «What I've done in my career so far is about introducing «the real» – more imperfection». «Realness was an important word this season», adds Van Noten about his own collection. «And so this wasn't a «happy» collection, but an optimistic one – because for me that's more profound: the work we do every day to...continue moving forward»⁴¹.

Если мода позволяет наслаждаться жизнью, стоит воспользоваться этой возможностью. Никто давно не требует искать синюю сумку к синим туфлям или юбку какой-то определенной длины. Наоборот: когда образ слишком

⁴⁰VOGUE USA [Электронный ресурс]. – URL : <https://archive.vogue.com/issue/20220301> (дата обращения : 03.02.2024)

⁴¹VOGUE USA [Электронный ресурс]. – URL : <https://archive.vogue.com/issue/20220301> (дата обращения : 03.02.2024)

совершенный, мы сразу понимаем, что за этим стоит, сколько сил и времени потрачено, сколько стараний и внимания. И в этом нет удовольствия, это – работа, и совершенные люди проживают свою жизнь, тратя уйму времени на то, что на самом деле не имеет ценности.

б) Далее была проанализирована статья «Screen Tests». В ней рассказывается о том, как девять режиссеров преобразовали тринадцать старинных залов «Американского крыла» в одном из крупнейших художественных музеев США – Метрополитен. Были воплощены такие события как: превращение Нью-Йорка в центр моды США в конце 19-го века; «битва за Версаль» – исторический показ мод, состоявшийся 28 ноября 1973 года в Версальском дворце с целью сбора денег на его реставрацию; также была продемонстрированы предметы одежды, имеющие особое значение, например, пальто от компании «Brooks Brothers», в котором был Авраам Линкольн, когда на него было совершено покушение и многое другое.

«De Wilde, meanwhile, was assigned the Baltimore and Benkard Rooms, dating to the same period as her 2020 feature Emma; King will explore themes of race and gender within the work of prominent Black dressmakers in the Richmond Room; Blank will transform the Haverhill Room; Zhao is taking a studied, quiet approach to the Shaker Retiring Room; Ford, an American fashion icon, was a natural fit to tackle the Battle of Versailles in the Vanderlyn Panorama rotunda; Dash will reference film history in the Greek and Renaissance Revival rooms; Bravo has drawn on her early background in production design for her work in the Rococo Revival Parlor and Gothic Revival Library; and Scorsese seemed best-suited to showcase Charles James in the museum’s Frank Lloyd Wright Room.»

«Beginning with the largely anonymous dressmakers of the early 19th century, the exhibition tours the American rooms, graduating into the emergence of such name dressmakers as Oscar de la Renta and Bill Blass. Studded throughout the exhibition, like fashion bread crumbs for the Hansel and Gretel museumgoer, are case studies offering what Bolton calls «deep-dive analyses» of various garments that hold particular resonance, starting with a grouping of Brooks Brothers coats – from

the one Abraham Lincoln was wearing when he was assassinated to the livery worn by an enslaved man – shedding light on “the hidden story of Brooks Brothers, which has clothed 40 presidents...but also had a thriving trade making uniforms for enslaved men and women.» Along with recasting the narrative of legendary American clothiers, Bolton’s work in «Anthology» focuses on «showcasing the work of designers who had been written out of fashion history». Designers such as Fannie Criss Payne, a leading Black modiste who persevered as a successful Richmond dress-maker despite the attempts of white Virginians to disenfranchise Black entrepreneurs, whose work is featured in the Richmond Room, reconstructed from the 1810 home of local lawyer William Clayton Williams»⁴².

Таким образом, мода представлена как способ перенестись в другую эпоху. Вы можете мысленно очутиться в том промежутке истории, который воплощен в музее, за счет предметов одежды и интерьера.

7) В статье «So you wanna start shopping vintage» рассказывается о том, что мода – это циклический процесс, все новое – это хорошо забытое старое. Автор статьи также делится местом, где можно приобрести винтажные вещи и пишет, что покупка старых вещей – это более экологично и выгодно.

«Nostalgia inspired trends have taken over your feeds and favorite stores. And there’s no better way to be of the moment, style-wise, than to embrace the revival of ’60s, ’70s, ’90s, and early- ’00s fashion – by wearing actual pieces from those eras. Mostly because thrifted items have character and history, which gives them an edge over modern recreations. But also because true vintage finds involve a much more sustainable type of shopping and come with the bonus of usually being way cheaper»⁴³.

8) В статье «I’ve Waited 10 Years for This: The Tumblr Aesthetic Is Back» рассказывается про определенный стиль одежды, который отражал моду в 2010 году.

⁴²VOGUE USA [Электронный ресурс]. – URL : <https://archive.vogue.com/issue/20220501> (дата обращения : 03.02.2024)

⁴³COSMOPOLITAN USA [Электронный ресурс]. – URL : <https://pdfmagazines.club/fashion/328696-cosmopolitan-usa-december-2021.html> (дата обращения : 03.02.2024)

«It was my DSLR-selfies in-my-high-school-bedroom era. My index-finger-ballpoint-pen-mustache tattoo era. My hashtag era. It was 2010, and I was wearing circle skirts and polka-dot tights with «acid-washed» band tees cut into crop tops. I had successfully hunted down a pair of sold-out Jeffrey Campbell Lita platform boots and wore them everywhere despite suffering a sprained ankle. I even fell for an internet scam over \$12 studded denim cutoffs because I wanted them so badly but my local mall was selling only low-rise Bermuda shorts. Anything to be the epitome of fashion – of ~Tumblr fashion~»⁴⁴.

В Европе «Tumblr» – это популярная социальная сеть, в которой люди ведут свои блоги. Особенности стиля «Tumblr» заключались в отстраненности, плаксивости и печали. Носили они только темную одежду, чокеры, грубые ботинки.

Мода – это не только стиль и тенденции, но и отражение общественных и культурных влияний.

9) В статье «When Your Business Partner Is Your Actual Partner» мода выступает как способ улучшения отношений в паре, за счет того, что это является общим интересом, а также и бизнесом партнеров.

«Let’s go right ahead and combine exactly what «they» tell us not to: business and pleasure. Because for these fashion duos, this isn’t an HR issue, it’s everyday life. Romance and work – and, yes, style – are one. Is it always seamless? Lol. But there’s a lot to uncover (the sweet, the sour, and the runway-worthy) about working with your significant other.»⁴⁵

Джастин Торнтон и Теа Брегацци основали бутик в Ноттинг-Хилле в 1996 году, чтобы воплотить в жизнь их мрачно-романтическую эстетику. Британский дуэт известен сочетанием элегантных тканей в винтажном стиле с деконструированными деталями – асимметричными подолами и рюшами.

«On getting through the creative process together: «We are inspired by each

⁴⁴COSMOPOLITAN USA [Электронный ресурс]. – URL : <https://magazinelib.com/all/cosmopolitan-usa-april-2022/> (дата обращения : 03.02.2024)

⁴⁵COSMOPOLITAN USA [Электронный ресурс]. – URL : <https://magazinelib.com/all/cosmopolitan-usa-february-2022/B> (дата обращения : 03.02.2024)

other always – no piece is designed by just one of us, it's all a collaboration. We make each other better designers.»

Наличие доступа друг к другу помогает ускорить многие процессы. Это одна из причин, по которой получается достичь многого за короткий промежуток времени.

10) Статья «Gaining Ground» посвящена модели Куанна Роуз Чейзингхорс-Поттс, которая уделяет особое внимание моде коренных народов и продвижению местных брендов.

«Armed with her traditional Han Gwich'in tattoos, the model is simultaneously rethinking beauty, paying homage to a local tradition dating back more than 10,000 years and challenging the notion that all models should be a blank canvas».

«Chasing horse, whose vibrant wardrobe is replete with local brands such as Jamie Okuma, Thunder Voice Hat Co. and Bethany Yellowtail, also defends her legacy through her individual style, which is different from others. rough (she will combine elegant beaded earrings with ripped jeans or camouflage trousers). She has used jewelry created in accordance with her culture in her photo shoots, and sees fashion as an impressive, attention-grabbing means of teaching and transmitting her culture to others»⁴⁶.

Помимо продвижения своей культуры, модель также является активисткой по борьбе с экологическими проблемами. В прошлом она боролась за сохранение Арктического национального заповедника дикой природы Аляски, который по-прежнему находится под угрозой исчезновения из-за добычи ископаемого топлива.

В статье Куанна говорит, что она рассматривает моду как мощный и привлекающий внимание способ обучения и передачи своей культуры другим людям.

Проведя анализ статей были выделены признаки, которые встречались в

⁴⁶VOGUE USA [Электронный ресурс]. – URL : <https://archive.vogue.com/issue/20211201> (дата обращения : 03.02.2024)

лексикографических источниках, такие как: преобладающий стиль одежды и ограниченность во времени (Пример: «It was 2010, and I was wearing circle skirts and polka-dot tights with «acid-washed» band tees cut into crop tops».); форма чего-либо (Пример: ««Fashion was often the balm for Lee’s feelings of alienation growing up».); действие или процесс изготовления чего-либо (Пример: «She has used jewelry created in accordance with her culture in her photo shoots, and sees fashion as an impressive, attention-grabbing means of teaching and transmitting her culture to others».); способ выполнения чего-либо (Пример: «Her career is emblematic of a shift in global fashion narratives and China’s rise as a fashion leader».); ограниченность в пространстве (Пример: «Plus-size people took matters into their own hands, creating forums and blogs, Reddit threads, and TikTok accounts to help one another find clothes») и деятель активный/пассивный («Armed with her traditional Han Gwich’in tattoos, the model is simultaneously rethinking beauty, paying homage to a local tradition dating back more than 10,000 years and challenging the notion that all models should be a blank canvas»), бизнес по производству и продаже одежды. (Пример: ««Let’s go right ahead and combine exactly what «they» tell us not to: business and pleasure. Because for these fashion duos, this isn’t an HR issue, it’s everyday life. Romance and work – and, yes, style – are one. Is it always seamless? Lol. But there’s a lot to uncover (the sweet, the sour, and the runway-worthy) about working with your significant other.»)

Признаки, которые не встречались в лексикографических источниках: изменчивость/быстротечность; цикличность (Пример: «Nostalgia inspired trends have taken over your feeds and favorite stores. And there’s no better way to be of the moment, style-wise, than to embrace the revival of ’60s, ’70s, ’90s, and early-’00s fashion – by wearing actual pieces from those eras».); причина неуверенности в себе (Пример: «For decades, fashion sneered at fat women, expecting gratitude for offering them the bare minimum».)

Далее представлен анализ контекстов, отобранных из статей модных журналов на русском языке.

1) В статье «Дышите – не дышите» стилист Рената Харьковская делится

своим опытом ношения корсета, его историей и о его возвращении в моду.

«История у аксессуара не менее заковыристая, чем система его крючков. Впервые корсеты заметили на фигурках эпохи минойской цивилизации, причем обоих полов. В XVI и XVII веках с приходом моды на тонкие талии корсет стал обязательным аксессуаром, который носили как под одеждой, так и на показ. К концу XVIII столетия он вышел из моды, чтобы триумфально вернуться в Викторианскую эпоху, которая потребовала особенно сильного контраста между талией и бедрами.... Реабилитация корсета как модного аксессуара случилась только к 1950-м. В повседневном обиходе тогда появились аналоги из спандекса, а классический вариант превратился в фетиш, окутанный вздохами и ностальгией. Для главных феминистов фэшн-индустрии корсет стал символом и власти, и освобождения женщины: он казался броней»⁴⁷.

Мода – один из способов продвижения феминизма.

2) В статье «На том стоим» фэшн-критик из Нью-Йорка Майя Сингер рассуждает о том, достигнет ли успеха мода 21 века, которая выступает за возможность женщины гордиться своим телом.

«Vogue не может изменить прошлое, но может признать роль, которую сыграл в продвижении по сути недостижимого образца, и обещать быть лучше в будущем. Цель не только в том, чтобы на страницах глянца было больше разных лиц и тел, но и в том, чтобы способствовать развитию индустрии моды, которая бы воспевала женщин за то, кто они есть, и помогла бы избавиться от тревоги на тему того, как они выглядят»⁴⁸.

«Женщин больше не интересуют правила – они хотят носить то, что им нравится и в чем они чувствуют себя великолепно, – говорит дизайнер, который давно берет для показов моделей с разными фигурами. – И я думаю, то, что мы видим таких женщин, как Палома Эльсессер, Прешес Ли, Эмили

⁴⁷VOGUE RUSSIA [Электронный ресурс]. – URL : <https://catalog-n.com/vogue-12-2021#vogue-3-2022-120> (дата обращения : 03.02.2024)

⁴⁸VOGUE RUSSIA [Электронный ресурс]. – URL : <https://catalog-n.com/vogue-3-2022> (дата обращения : 03.02.2024)

Ратаковски, в соцсетях, и то, как они принимают и показывают свои тела, открывает двери для свободы самовыражения»⁴⁹.

Так, мода – источник продвижения культуры не идеального тела, способ принятия себя, самовыражения.

3) Но не у всех брендов получается производить одежду для девушек, обладающих размером 46 и больше, которая бы сидела хорошо. В следствие чего это выливается в критику к себе и своему телу. Об этом упоминается в статье «Включите габариты».

«Заходить в раздел «для больших», чтобы найти свой размер, – это крепкий удар по самооценке. Для тех, кому приходится идти в специальную секцию в обычных магазинах, шопинг – неминуемый стресс и унижение. Это как наказание за то, что недостаточно старалась быть худой. И как же быть девушкам большого размера, которые хотят носить модную, хорошо сидящую одежду?», «В такой непростой ситуации я – человек с размером L/XL – все чаще задумываюсь: может, ну его, все это принятие? Любовь к себе такой, какая есть? Может, на диету и в спортзал, как советуют доброжелатели в соцсетях?»⁵⁰.

По данным отрывка мы можем сделать вывод, что мода заставляет нас критиковать себя за невозможность быть достаточно стройной для какого-либо платья, брюк или другой одежды. Мы начинаем задумываться о том, чтобы изменить себя, как похудеть и выглядеть хорошо.

Так, мода принимает негативную окраску и становится причиной поиска недостатков в своем внешнем виде.

4) В статье «На низком старте» рассказывается о возвращении к моде нулевых, а точнее к джинсам с низкой талией.

«Напрасно мы смеялись. Сегодня модный маятник вновь качнулся в сторону возмутительной моды нулевых», «Глядя на моделей и их безупречный

⁴⁹VOGUE RUSSIA [Электронный ресурс]. – URL : <https://catalog-n.com/vogue-12-2021#vogue-3-2022-120>(дата обращения : 03.02.2024)

⁵⁰VOGUE RUSSIA [Электронный ресурс]. – URL : <https://catalog-n.com/vogue-12-2021#vogue-3-2022-120> (дата обращения : 03.02.2024)

пресс, впору бы заинтересоваться липоскульптурированием, о котором я узнала, листая инстаграммы пластических хирургов, или наконец перейти на интервальное голодание. Кажется, это самые короткие пути к плоскому животу – лучшему спутнику всех этих горячих модных хитов. Но я знаю наверняка: главное отличие 2022 года от 2002-го заключается в том, что страдать ради трендов – полнейший моветон. И в кубиках над ремнем нет никакой необходимости»⁵¹.

Так же мы можем заметить, что в статье снова говорится о том, что нужно принимать свое тело и для того, чтобы носить джинсы с низкой посадкой необязательно иметь пресс.

5) Статья «Чувство локтя» посвящена молодым ребятам из России, которые создали свое комьюнити, презирают правила модной индустрии – и поэтому добиваются успеха.

«Миссия, которая выше коммерческого успеха, еще один общий признак независимых марок. У «Богемы» это – привлечение внимания к советской и российской поп-культуре: свитеры с портретами Виктора Цоя и Егора Летова, ремейки мем-роликов, таких как «Мэр Харькова Михаил Добкин», и аллюзии на рекламу вроде «Черная карта – будешь счастливой». Для популяризации своих идей команда часто использует социальные инструменты: выходит на одиночные пикеты с плакатом «Все шапки должны хорошо сидеть» или расклеивает по городу плакаты, стилизованные под предвыборную президентскую кампанию. «Волчок» свою миссию формулирует так: «Говорить о том, что волнует, с помощью одежды». Например, радужный джемпер «Розы», выпущенный в поддержку «Российской ЛГБТ-сети» (признана иноагентом). Kruzhek же, как и в начале пути, считает своим долгом поддержку молодых талантов: «Большие медиа пишут о персонажах, которые и так у всех на виду, а мы стараемся найти ребят, которых еще никто не знает»⁵².

⁵¹VOGUE RUSSIA [Электронный ресурс]. – URL : <https://catalog-n.com/vogue-2-2022#vogue-2-2022-048> (дата обращения : 03.02.2024)

⁵²VOGUE RUSSIA [Электронный ресурс]. – URL : <https://catalog-n.com/vogue-2-2022#vogue-2-2022-072> (дата обращения : 03.02.2024)

В данном отрывке мода выступает, как и средство привлечения к культуре страны, так и как инструмент, который помогает показать свое отношение к чему-либо, как в данном случае к угнетению людей с нетрадиционной ориентацией.

б) В статье «Почему в XVIII веке носить зеленую одежду было опасно – от чего умирали модницы» рассказывается о том, за счет чего добивались красивого зеленого оттенка и как это отражалось на здоровье.

«Чтобы добиться идеального цвета, он смешал медь, калий и окись мышьяка, получив в результате красивый, благородный, но при этом жутко опасный краситель, печально известный в истории как «Парижский зеленый».

«Вскоре после начала использования цвета модники и модницы начинали испытывать головную боль, слабость, тошноту, на их коже стали появляться волдыри и язвы. В отдельных случаях ситуация даже оборачивалась смертью. К сожалению, о причинах внезапных проблем со здоровьем тогда никто не догадывался, поэтому еще много лет «ядовитый зеленый» продолжал травить самых модных и состоятельных девушек»⁵³.

Таким образом мода в данной статье приобрела негативную окраску, так как является угрозой здоровью.

7) Статья «Мондриан: как один художник влиял на моду целое столетие и делает это до сих пор» посвящена художнику Питу Мондриану, чья картина «Композиция с красным, синим и желтым», написанная в 1921 году нашла отражение в работах таких модных домов, как : Yves Saint Laurent, Hermes, Prada и многих других.

«Простая по композиции и цветам, но с оригинальной архитектурой рисунка, эта картина голландского художника Мондриана сегодня чаще встречается не как отдельное произведение искусства, а как паттерн, который дизайнеры и модные дома используют в своих коллекциях. Взгляните хотя бы на то, как Мондриана цитирует Hermes: те же цвета, геометрия – причем не только в

⁵³THE VOICE [Электронный ресурс]. – URL : https://www.thevoicemag.ru/fashion/who_is_who/pochemu-v-xviii-veke-nosit-zelenuyu-odezhdu-bylo-opasno-ot-chego-umirali-modnicy/ (дата обращения : 03.02.2024)

коллекции, но и в декорациях, где проходил показ»⁵⁴.

Таким образом, мода является путеводителем в мир искусства. Благодаря ей, мы можем познакомиться с работами талантливых художников, узнать их историю.

8) В статье «Супермаркет Chanel и демоны Маккуина: пять показов, которые заставят задуматься» рассказывается о том, как дома мод в своих показах хотели не только продемонстрировать одежду, но и поднять темы, волнующие общество.

1. «Chanel» устроил свой показ в супермаркете, подняв тему неразумного потребления в мире, где всё находится в изобилии. «Под конец шоу Лагерфельд провел небольшой психологический эксперимент с гостями показа, разрешив им забрать с полок супермаркета Chanel всё, что они захотят. И на выходе из павильона охрана разрешила забрать с собой только овощи и фрукты, а остальные продукты были переданы малоимущим жителям Парижа. Так что шоу гости покинули с легким чувством неловкости и пищей – но не для желудка, а для размышлений»⁵⁵.

2. Александр Маккуин. «В 2001 году он презентовал шоу, которое превратилось в психологический эксперимент. Зрители расселись, в зале зажегся свет, но еще час показ не начинался, а гостям приходилось смотреть на установленный перед ними зеркальный куб. Они видели свое отражение и отворачивались от него, не в силах выдержать собственный взгляд. После на подиум вышли модели с перевязанными бинтами головами – это отсылка к психиатрической клинике и тому, что у всех нас есть свои внутренние демоны».

3. «Манекенщицы на шоу Жана-Поля соревновались за корону «Мисс Готье», будто бы участвуя в конкурсе красоты. Конкурсантки сражались друг с другом и вырывали заветный приз из рук соперниц, символизируя конкуренцию дизайнеров, байеров, журналистов, моделей и всех остальных жителей

⁵⁴THE VOICE [Электронный ресурс]. – URL : https://www.thevoicemag.ru/fashion/who_is_who/mondrian-kak-odin-hudozhnik-vliyay-na-modu-celoe-stoletie-i-delaet-eto-do-sih-por/ (дата обращения : 03.02.2024)

⁵⁵THE VOICE [Электронный ресурс]. – URL : https://www.thevoicemag.ru/fashion/who_is_who/supermarket-chanel-i-demony-makkuina-5-pokazov-kotorye-zastavyat-zadumatsya/ (дата обращения : 03.02.2024)

фэшн-мира. А для чего в итоге? Со стороны все эти распри бывают похожими на красочный фарс, за которым не разглядеть настоящих королей, да и короны им достаются не всегда».

4. На показе Хуссейна Чалаяна «на подиум вышли шесть моделей. Одна была одета в длинную паранджу, закрывающую ноги, подол одежды у другой заканчивался выше колена. Последняя девушка была полностью обнажена, от паранджи остался небольшой кусочек прямо на лице. Критики оценили шоу по-разному: кто-то увидел в нем провокацию, другие рассмотрели намек на то, что под любой тканью и смыслом, вложенным в одежду, все женщины одинаковы».

5. На показе «Chanel» макияж моделей напоминал синяки под глазами, что вызвало ассоциацию с домашним насилием. «Мода еще раз напомнила миру о том, что насилие над женщинами неприемлемо, как и любое его оправдание и романтизация».

Таким образом, мода является инструментом, с помощью которого можно обратить внимание на социальные проблемы.

9) В статье «Традиции и мода: коллаборация Алены Ахмадуллиной с НХП Нижегородской области» мода снова является способом передачи культуры.

«Богатое историческое наследие Нижегородской области создает мощный стимул для сотрудничества различных сфер креативных индустрий и промыслов, что способствует созданию современных модных и востребованных обществом продуктов...Мы видим массу успешных примеров сотрудничества предприятий промыслов с современными дизайнерами. Результат их совместной работы и неожиданное прочтение наследия позволяют поддерживать в сердцах жителей региона и России искренний интерес к нашим промыслам»⁵⁶.

10) В статье «Советские звезды VS современные модницы: кто лучше носит вещи из СССР», которая посвящена предметам гардероба, которые

⁵⁶THE VOICE [Электронный ресурс]. – URL : https://www.thevoicemag.ru/fashion/who_is_who/tradicii-i-moda-kollaboraciya-aleny-ahmadullinoy-s-nhp-nijegorodskoi-oblasti/ (дата обращения : 03.02.2024)

носили еще в Советском Союзе и которые актуальны в наше время, есть отрывок, в котором говорится, что мода – это наука.

«Мода – это наука, причем порой абстрактная и стоящая на грани других сфер. При составлении образа используем познания в искусстве. При покупках – арифметику. А для понимания и объяснения непростых фэшн-законов – могучий русский язык. Вот, и сейчас, как никогда, к месту старая добрая пословица. «Старый друг (старое платье) лучше новых двух». Сейчас объясним, почему!»⁵⁷.

Проведя анализ статей были выделены признаки, которые встречались в лексикографических источниках, такие как: преобладающий стиль, способ выполнения чего-либо (Пример: «Для главных феминистов фэшн-индустрии корсет стал символом и власти, и освобождения женщины: он казался броней»), ограниченность во времени (Пример: «Сегодня модный маятник вновь качнулся в сторону возмутительной моды нулевых»), ограниченность в пространстве (Пример: «Chanel» устроил свой показ в супермаркете, подняв тему неразумного потребления в мире, где всё находится в изобилии»), деятель активный/пассивный (Пример: «Мы видим массу успешных примеров сотрудничества предприятий промыслов с современными дизайнерами.»), наука (Пример: «Мода – это наука, причем порой абстрактная и стоящая на грани других сфер»)

Признаки, которые не были упомянуты в лексикографических источниках: изменчивость/быстротечность (Пример: «В XVI и XVII веках с приходом моды на тонкие талии корсет стал обязательным аксессуаром, который носили как под одеждой, так и напоказ. К концу XVIII столетия он вышел из моды»), угроза здоровью (Пример: «Вскоре после начала использования цвета модники и модницы начинали испытывать головную боль, слабость, тошноту, на их коже стали появляться волдыри и язвы»).

Среди признаков исследуемого концепта, зафиксированных на основе

⁵⁷THE VOICE [Электронный ресурс]. – URL : https://www.thevoicemag.ru/fashion/star_style/sovetskie-zvezdy-vs-sovremennye-modnicy-kto-luchshe-nosit-veshchi-iz-sssr/ (дата обращения : 03.02.2024)

анализа текстов глянцевого журналов выделяются следующие.

В английском языке:

- 1) мода – способ выразить свою принадлежность к определенному обществу;
- 2) мода – способ продвижения своей страны, города, культуры;
- 3) мода – причина неуверенности в себе;
- 4) мода – способ ощутить себя в другом времени/эпохе;
- 5) мода – способ принятия себя и своего тела;
- 6) мода – способ осветить социальные проблемы;
- 7) мода – это циклический процесс.

В русском языке:

- 1) мода – способ продвижения своей страны, города, культуры;
- 2) мода – способ ощутить себя в другом времени/эпохе;
- 3) мода – угроза здоровью;
- 4) мода – путеводитель в мир искусства;
- 5) мода – способ продвижения феминизма;
- 6) мода – способ принятия себя и своего тела;
- 7) мода – способ осветить социальные проблемы;
- 8) мода – это наука.

3.2 Структура лингвокультурного концепта «fashion / мода»

На основе анализа лексикографических источников и статей глянцевого журналов на английском и русском языках мы определили ядерные признаки и интерпретационное поле концепта «fashion / мода», представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Матрица концептуальных признаков лингвокультурного концепта «fashion / мода» в английском и русском языковом сознании

№	Признак концепта	В английском языке		В русском языке	
		сло- вари	тексты	сло- вари	тексты
1	преобладающий стиль (одежды, поведения)	+	+	+	+
2	действие или процесс изготовления чего-либо	+	+	-	-
3	способ выполнения чего-либо / образ действия	+	+	+	+
3.1	способ выразить свою принадлежность к определенному обществу		+	+	-
3.2	способ продвижения своей страны, города, культуры		+		+
3.3	способ ощутить себя в другом времени / эпохе		+		+
3.4	способ принятия себя и своего тела		+		+
3.5	способ осветить социальные проблемы		+		+
3.6	способ продвижения феминизма		-		+
3.7	способ проникновения в / «путеводитель» в мир искусства		-		+
4	отличительная / своеобразная черта / манера	+		+	-
5	бизнес по производству и продаже одежды	+	+	-	-
6	совокупность вкусов и взглядов, господствующих в определённой общественной среде	-	-	+	-
7	ограниченность во времени	+	+	+	+
8	изменчивость / быстротечность		+		+
9	цикличность		+		-
10	ограниченность в пространстве	+	+	+	+
11	деятель активный /пассивный	+	+	+	+
12	фактор, влияющий на спрос		-	-	+
13	причина неуверенности в себе	-	+	-	-
14	угроза здоровью	-	-	-	+
15	наука	-	-	+	+

В таблице представлены все выделенные признаки с указанием источника и соответствующего языка / культуры. Признаки, которые присутствуют

и в русском, и в английском языке представляются универсальными, ядерными. Необходимо отметить, что мода представлена в виде преобладающего социального явления, стиля в одежде или способа поведения с ярко выраженной инструментальной функцией (способ) как в активном, так и в пассивном проявлении, обладающей ограниченностью во времени и пространстве.

Очевидным становится взаимосвязь анализируемого концепта со сферами поведения и самовыражения и принятием /непринятием своего тела.

Культурные и исторические факторы играют важную роль в формировании модных предпочтений в России и США. В то время как Россия сохраняет свою уникальную русскую эстетику и традиции, США поддерживают свой инновационный и индивидуальный подход к моде.

В США более открыто обсуждаются вопросы равенства полов и включения в модный мир представителей ЛГБТ. Это находит свое отражение в модных показах и кампаниях, где модели с разнообразной сексуальной ориентацией становятся все более видимыми.

Ярким отличием между модной индустрией России и США является предпочтение потребителей к местным брендам. В России наблюдается подъем интереса к российским дизайнерам, которые чаще всего вдохновляются отечественной культурой и историей. В США же по-прежнему популярностью пользуются международные бренды и дизайнеры. Здесь велик вклад итальянских, французских и других европейских марок, которые диктуют модные тенденции по всему миру.

Таким образом, нам удалось выявить структуру лингвокультурного концепта «fashion / мода» и определить то, что он имеет многослойную организацию.

В концепте моды можно выделить несколько ключевых тенденций развития. В первую очередь, это изменение модных тенденций со временем. В прошлом мода менялась медленнее, чем сейчас, когда новые тренды появляются и исчезают каждый сезон. Современная мода стала более демократичной и доступной для широкой аудитории.

Второй ключевой тенденцией является разнообразие модных стилей и направлений. Сегодня мода предлагает множество вариантов для самовыражения и выражения своей индивидуальности. Это связано с тем, что мода стала более глобальной и включает в себя элементы различных культур.

Третья тенденция – это рост интереса к экологически чистой моде и устойчивому развитию. Сегодня все больше людей задумываются о том, как и где производятся их вещи, и стараются выбирать более экологически чистые и устойчивые варианты.

В целом, анализ концепта позволил глубже рассмотреть культурные ценности американского и русского лингвокультурных сообществ, а также выявить особенности употребления данного концепта в словарях английского и русского языков и глянцевого журналов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной выпускной квалификационной работе была проведена комплексная исследовательская работа, посвященная анализу репрезентации лингвокультурного концепта «fashion / мода» в глянцевах журналах на английском и русском языках.

В первой главе были рассмотрены теоретические основы возникновения когнитивной лингвистики и различные направления в понимании концепта; вопрос соотношения языка, культуры и мышления; описана структурная организация концепта. Было выяснено, что для исследования лингвокультурного концепта могут применяться различные методы, такие как контекстуальный анализ, сопоставительный анализ, анализ словарных дефиниций и др., но основным является метод концептуального анализа.

Во второй главе проведен анализ частотности использования лексем – имен концепта «fashion / мода» и динамика развития концепта в английском языке; анализ репрезентаций концепта «fashion / мода» в русском и английском языках и определение ядра концепта.

В третьей главе был проведен детальный анализ репрезентаций концепта «fashion/мода» в текстах глянцевах журналов на английском и русском языках, выявлена структура концепта описаны его универсальные ядерные признаки и национально-культурная специфика.

Репрезентация концепта «fashion / мода» в глянцевах журналах на английском и русском языках имеет как общие черты, так и специфические особенности, обусловленные различиями в культурном контексте.

Необходимо отметить, что мода представлена в виде преобладающего социального явления, стиля в одежде или способа поведения с ярко выраженной инструментальной функцией (способ) как в активном, так и в пассивном проявлении, обладающей ограниченностью во времени и пространстве. Концепт «fashion / мода» связан со сферами поведения и самовыражения человека (или иной социальной структуры), принятием /непринятием своего тела.

Различия в культуре и истории обуславливают уникальность модных тенденций в каждой стране. Эстетика и ценности в моде в России и США имеют свои особенности, которые отражают общественные изменения и гендерные стереотипы. В США более открыто обсуждаются вопросы равенства полов и включения в модный мир представителей нетрадиционной ориентации.

Экологический аспект в модной индустрии становится все более актуальным, и мода в России и США не остается в стороне от этой проблематики. Таким образом, мода становится не только отражением индивидуальных предпочтений, но и отражением общественных ценностей и трендов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

НАУЧНАЯ ЛИТЕРАТУРА

- 1 Абдыкадырова, С. Р. Корреляция понятий концепт, художественный концепт и межкультурный концепт / С. Р. Абдыкадырова, М. К. Назарова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2020. – № 2-6 (64). – С. 110 – 113.
- 2 Агаева, С. Т. Концепт и его структура / С. Т. Агаева // Балтийский гуманитарный журнал. – 2020. – № 1 (30). – С. 149 – 151.
- 3 Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1998. – 170 с.
- 4 Атоян, М. С. Лингвокультурологический концепт «FASHION» в современном англоязычном дискурсе / М. С. Атоян. – Ростов-на-Дону, 2019. – С. 1 – 7.
- 5 Бабушкин, А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка / А. П. Бабушкин. – Воронеж : Изд-во Воронеж.гос. ун-та, 1996. – 103 с.
- 6 Белоедова, А. В. Сравнительный анализ репрезентации женского образа в глянцевах журналах для мужчин в России, США и Швеции / А. В. Белоедова, Е. А. Новинкина, М. С. Рихтер // Белгород : Белгородский государственный национальный исследовательский университет, 2021. – С. 305 – 313.
- 7 Вежбицкая, А. Семантические универсалии и описание языков / А. Вежбицкая. – М. : Издательский дом «ЯСК», 1999. – 780 с.
- 8 Вежбицкая, А. Язык. Культура. Познание / А. Вежбицкая. – М. : Проспект, 1996. – 275 с.
- 9 Возмищева, Н. В. Определение термина «концепт» и проблемы лингвистического исследования концептов / Н. В. Возмищева. – Глазов ; ФГБОУ ВПО «Глазовский государственный педагогический институт им. В.Г. Короленко», 2010. – С. 57 – 58.

- 10 Гаран, Е. П. Особенности вербализации дискурса моды как статусно-ориентированного / Е. П. Гаран. – зерноград, 2019. – С. 113 – 118.
- 11 Демьянков, В. З. Термин «концепт» как элемент терминологической культуры // Язык как материя смысла: сб. ст. в честь академика Н. Ю. Шведовой / отв. ред. М. В. Ленок. – М. : Азбуковник, 2007. – С. 606 – 622.
- 12 Карасик, В. И. Лингвокультурный концепт как единица исследования / В. И. Карасик, Г. Г. Слышкин // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. – Воронеж : Изд-во Воронеж.ун-та, 2001. – С. 75 – 80.
- 13 Карасик, В. И. Языковая кристаллизация смысла: монограф. / В. И. Карасик. – Волгоград : Изд-во «Парадигма», 2010. – 442 с.
- 14 Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М. : ГНОЗИС, 2004. – 390 с.
- 15 Кравченко, А. В. Концепт, концепта, концепту: модный дискурс на заданную тему / А. В. Кравченко. – Иркутск : Байкальский государственный университет экономики и права, 2013. – С. 115 – 124.
- 16 Кравченко, А. В. Что изучает концептология? / А. В. Кравченко. – Барнаул: Изд-во АлтГПА, 2011. – С. 248 – 251.
- 17 Лазарев, В. А. Когнитивно-прагматический подход к интерпретации дискурса моды (на материале американской версии журнала VOGUE) / В. А. Лазарев. – Ростов-на-Дону, 2019. – С. 94 – 99.
- 18 Лихачев, Д. С. Концептосфера русского языка / Д. С. Лихачев. – Известия РАН. Сер. лит. и яз. Т. 52. – 1993. – № 1. – С. 3 – 9.
- 19 Магомедова, З. Н. Концепт fashion в лингвистических исследованиях // З. Н. Магомедова, С. О. Магомедова. – Махачкала : ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет», 2022. – С. 132 – 134.
- 20 Маслова, В. А. Когнитивная лингвистика / В. А. Маслова. – Минск : ТетраСистемс, 2005. – 255 с.
- 21 Опарина, Е. О. Исследование концептов в когнитивной лингвистике / Е. О. Опарина // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Языкознание: Реферативный журнал. – 2020. – № 2. – С.

13 – 17.

22 Попова, З. Д. Из истории когнитивного анализа в лингвистике / З. Д. Попова // Методологические проблемы когнитивной лингвистики / под ред. И. А. Стернина. – Воронеж : ВГУ, – 2001. – С. 7 – 17.

23 Попова, З. Д. Когнитивная лингвистика : учебное издание / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – М. : АСТ : Восток - Запад, 2009. – 314 с.

24 Попова, З. Д. Язык и национальная картина мира / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж : Изд-во ВГУ, 2003. – 59 с.

25 Профатилова, С. М. Системно-диахронический подход к анализу семантического развития лексем концептуальной сферы «мода» / С. М. Профатилова. – Белгород ; Изд-во «Научный центр «Олимп», 2017. – С. 47 – 51.

26 Ржанова, С. А. Тенденции моды в формате глянцевого журналистики // С. А. Ржанова. – Саранск : Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева, 2022. – С. 209 – 220.

27 Самситова, Л. Х. Культурный концепт как лингвокультурный феномен / Л. Х. Самситова. – Уфа, 2011. – С. 1045 – 1048.

28 Самситова, Л. Х. Понятие концепта в лингвокультурологии: история развития, структура, классификация. / Л. Х. Самситова, Г. М. Байназарова. – Уфа, 2014. – С. 1 – 6.

29 Сарычева, Е. И. Концепт и его сущность. Концепт в контексте лингвокультурологии / Е. И. Сарычева, Т. Е. Козлова. – Астрахань, 2018. – С. 231 – 234.

30 Серова, И. Г. Концептуальный анализ в лингвокультурологии: методы и возможности / И. Г. Серова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2007, № 1. – С. 15 – 21.

31 Слышкин, Г. Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты // Г. Г. Слышкин. – Волгоград : Перемена, 2004. – 260 с.

32 Стернин, И. А. Методика исследования структуры концепта // Методологические проблемы когнитивной лингвистики : науч. изд. / под ред. И. А. Стернина. – Воронеж : Изд-во ВГУ, 2001. – С. 58 – 65.

33 Стернин, И. А. Типы значений и концепт / Е. С Кубрякова. – Тамбов: Изд. ТГУ им. Г. Р. Державина, 2005. – С. 258 – 282.

34 Тищенко, С. В. Структурные, семантические и лингвокультурные параметры концептосферы fashion industry (на материале современного англоязычного дискурса) / С. В. Тищенко, Ж.А. Тягунова, Е.О. Мартынова. – Эссен-туки : Ставропольский государственный педагогический институт (филиал в г. Эссен-туки), 2022. – С. 157 – 184.

35 Хунагова, А. Р. Функционально-семантические особенности концепта «мода» в русском и английском языках / А. Р. Хунагова. – Адыгея, 2013. – С. 1 – 5.

36 Хунагова, А. Р. К определению понятия «мода» через определение понятия «концепт» / А. Р. Хунагова. – Адыгея, 2012. – С. 1 – 4.

37 Швырков, А. И. Концепт и проблема перевода / А. И. Швырков, Д. М. Кошляков // НОМОТНЕТІКА: Философия. Социология. Право. – 2020. – № 1. – С. 59 – 68.

38 Nampe, V. Image Schemas in Cognitive Linguistics. Introduction / V. Nampe. – Berlin; New York : Mouton de Gruyter, 2005. – P. 1–2.

39 Talmy, L. Toward a cognitive semantics. Vol. 1, Concept structuring systems / L. Talmy. – Cambridge, MA : Massachusetts Institute of Technology Press, 2003. – 1076 p.

40 Taylor, J. R. Linguistic categorization / J. R. Taylor. – 3d ed. – Oxford : Oxford Univ. Press, 2003. – 328 p.

ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРЫ

41 Большой энциклопедический словарь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gufo.me/dict/bes/МОДА> – 25.02.2024

42 Толковый словарь В. Даля. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gufo.me/dict/dal/мода> – 25.02.2024

43 Толковый словарь С. А. Ожегова. [Электронный ресурс]. – Режим

доступа: <https://gufo.me/dict/ozhegov> – 25.02.2024

44 М. Фасмер. Этимологический словарь русского языка. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://azbyka.ru/otechnik/books/original/23348/vasmer_etimologicheskyy_slovar_2.pdf – 25.02.2024

45 Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gufo.me/dict/brockhaus/Мода> – 25.02.2024

46 Этимологический словарь Шанского. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gufo.me/dict/shansky/мода> – 25.02.2024

47 The dictionary by Merriam-Webster [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/fashion>. – 25.02.2024.

48 Oxford English Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/search/english/?q=fashion> – 25.02.2024.

49 Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/англо-русский/fashion> – 25.02.2024.

50 Collins Online Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.collinsdictionary.com/fashion>. – 25.02.2024.

51 VOGUE USA. – December, 2021. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archive.vogue.com/issue/20211201> – 03.02.2024.

52 VOGUE USA. – January, 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archive.vogue.com/issue/20220101> – 03.02.2024.

53 VOGUE USA. – February, 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archive.vogue.com/issue/20220201> – 03.02.2024.

54 VOGUE USA. – March, 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archive.vogue.com/issue/20220301> – 03.02.2024.

55 VOGUE USA. – April, 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archive.vogue.com/issue/20220401> – 03.02.2024.

56 VOGUE USA. – May, 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archive.vogue.com/issue/20220501> – 03.02.2024.

- 57 VOGUE USA. – December, 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archive.vogue.com/issue/20221201> – 03.02.2024.
- 58 VOGUE USA. – January, 2023. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archive.vogue.com/issue/20230201> – 03.02.2024.
- 59 VOGUE USA. – February, 2023. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archive.vogue.com/issue/20230201> – 03.02.2024.
- 60 VOGUE USA. – March, 2023. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archive.vogue.com/issue/20230301> – 03.02.2024.
- 61 VOGUE USA. – April, 2023. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archive.vogue.com/issue/20230401> – 03.02.2024.
- 62 VOGUE USA. – May, 2023. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://archive.vogue.com/issue/20230501> – 03.02.2024.
- 63 Cosmopolitan USA. – December, 2021. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <file:///C:/Users/sadsh/Downloads/2021-12-01%20Cosmopolitan.pdf> – 03.02.2024.
- 64 Cosmopolitan USA. – February, 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: file:///C:/Users/sadsh/Downloads/Cosmopolitan_-_February.pdf – 03.02.2024.
- 65 Cosmopolitan USA. – March, 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: file:///C:/Users/sadsh/Downloads/2022-03-01_Cosmopolitan.pdf – 03.02.2024.
- 66 Cosmopolitan USA. – April, 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: file:///C:/Users/sadsh/Downloads/2022-04-01_Cosmopolitan_UserUpload_Net.pdf – 03.02.2024.
- 67 Cosmopolitan USA. – December, 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <file:///C:/Users/sadsh/Downloads/CosmopolitanUSANovemberDecember2022.pdf> – 03.02.2024.
- 68 Cosmopolitan USA. – March, 2023. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mags.guru/m/cosmopolitan-usa-march-2023/> – 03.02.2024.
- 69 Cosmopolitan USA. – May, 2023. [Электронный ресурс]. – Режим

доступа: <https://pdf-magazines.com/download/cosmopolitan-usa-may-2023/> – 03.02.2024.

70 VOGUE Russia. – December, 2021. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://catalog-n.com/vogue-12-2021> – 03.02.2024.

71 VOGUE Russia. – January, 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://catalog-n.com/vogue-1-2022> – 03.02.2024.

72 VOGUE Russia. – February, 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://catalog-n.com/vogue-2-2022> – 03.02.2024.

73 VOGUE Russia. – March, 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://catalog-n.com/vogue-3-2022> – 03.02.2024.

74 Cosmopolitan Russia. – December, 2021. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://catalog-n.com/cosmopolitan-12-2021> – 03.02.2024.

75 Cosmopolitan Russia. – January, 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://catalog-n.com/cosmopolitan-1-2022> \ – 03.02.2024.

76 Cosmopolitan Russia. – February, 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://catalog-n.com/cosmopolitan-2-2022> – 03.02.2024.

77 Cosmopolitan Russia. – March, 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://catalog-n.com/cosmopolitan-3-2022> – 03.02.2024.

78 Cosmopolitan Russia. – April, 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://catalog-n.com/cosmopolitan-4-2022> – 03.02.2024.

79 Cosmopolitan Russia (The Voice). – December, 2022. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://catalog-n.com/cosmopolitan-voice-2-2022> – 03.02.2024.

80 Cosmopolitan Russia (The Voice). – January – February, 2023. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://catalog-n.com/cosmopolitan-voice-3-2023> – 03.02.2024.

81 Cosmopolitan Russia (The Voice). – April, 2023. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kiozk.ru/magazine/voice/12734> – 03.02.2024.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Матрица концептуальных признаков лингвокультурного концепта «fashion / мода» в английском и русском языковом сознании

№	Признак концепта	В английском языке		В русском языке	
		словари	тексты	словари	тексты
1	преобладающий стиль (одежды, поведения)	+	+	+	+
2	действие или процесс изготовления чего-либо	+	+	-	-
3	способ выполнения чего-либо / образ действия	+	+	+	+
3.1	способ выразить свою принадлежность к определенному обществу		+	+	-
3.2	способ продвижения своей страны, города, культуры		+		+
3.3	способ ощутить себя в другом времени / эпохе		+		+
3.4	способ принятия себя и своего тела		+		+
3.5	способ осветить социальные проблемы		+		+
3.6	способ продвижения феминизма		-		+
3.7	способ проникновения в / «путеводитель» в мир искусства		-		+
4	отличительная / своеобразная черта / манера	+		+	-
5	бизнес по производству и продаже одежды	+	+	-	-
6	совокупность вкусов и взглядов, господствующих в определённой общественной среде	-	-	+	-
7	ограниченность во времени	+	+	+	+
8	изменчивость / быстротечность		+		+
9	цикличность		+		-
10	ограниченность в пространстве	+	+	+	+
11	деятель активный /пассивный	+	+	+	+
12	фактор, влияющий на спрос		-	-	+
13	причина неуверенности в себе	-	+	-	-
14	угроза здоровью	-	-	-	+
15	наука	-	-	+	+