

М.М. Рипяхова

*Волгоградский государственный социально-педагогический университет,
г. Волгоград, Россия*

КОРРЕЛЯЦИЯ ПОНЯТИЙ «МОДА», «СТИЛЬ», «ВКУС» В РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

В данной статье приведена дефиниция понятия «языковая мода». В лингвистическом аспекте проанализирована корреляция понятий «мода», «стиль», «вкус» в русской лингвокультуре с целью выявления сходств и различий в массовом сознании носителей языка.

Ключевые слова: языковая мода, мода, стиль, вкус, лингвокультура, корреляция

Summary: In this article the definition of the notion «language fashion» is given. The correlation of notions «fashion», «style», «taste» in the Russian linguaculture is analyzed in linguistic aspects with the aim to find out some similarity and difference between them in the mass perception of native speakers.

Key Words: language fashion, fashion, style, taste, lingvoculture, correlation

Языковая мода – специфическая форма проявления языковой культуры посредством языковых привычек и вкусов, ценностей и тенденций, господствующих в каком-либо обществе в определенный период времени. Языковая мода коррелирует с понятиями стиля и вкуса и характеризует языковые привычки и предпочтения отдельно взятого человека, который либо сам выступает законодателем языковой моды, либо перенимает ее у других людей и адаптирует ее под свой стиль. Для проведения исследования корреляции обозначенных понятий нами проанализированы следующие критерии: дефиниционная характеристика, представленная в толковых словарях русского языка, этимология, антоним, темпоральная характеристика, массовость употребления, выполняемые функции, механизм реализации, оценочные характеристики, отношение к норме и взаимодействие между собой.

Общая характеристика исследуемых понятий отражена в толковых словарях, где мода представлена как совокупность предпочтений и взглядов, господствующих в обществе, как изменение этих предпочтений и взглядов [4]: *«На все прочее мода: на умы мода, на знания мода, как на пряжки, на пуговицы»* [15]. Стиль определяется как совокупность черт, приемов, деталей, акцентов, обуславливающих собой единство и целостность образа [4]¹: *«В стиле не бывает мелочей»*². Вкус трактуется как способность к эстетическому восприятию и оценке [4]: *«Вкус - удовольствие, надо было только продолжить цепочку, прибавив: глубокое удовольствие, чувственное наслаждение»* [6].

¹ Стиль – не только характеристика одежды, манеры поведения и речи, но и образ мысли, о чем справедливо заметил граф, английский писатель и государственный деятель Филип Дормер Стенхоп Честерфилд (1664-1739): «Стиль – одежда мысли».

² Модное высказывание современных дизайнеров представляет собой модификацию названия известного стихотворения Андрея Дементьева «В любви мелочей не бывает» (прим. авт.).

Этимология существительного «мода» восходит к латинскому существительному «modus», означающему «разновидность, способ, норма». Существительное «стиль» происходит от греческого существительного «stilus», номинирующего палочку для письма. Старославянский глагол «вкусить» / «вкушать» (то есть пробовать) принимается за источник образования существительного «вкус».

В качестве антонима существительного «мода» можно рассматривать существительное «антимода», в то время как антонимом существительного «вкус» является существительное «безвкусица». Антоним существительного «стиль» не обнаружен. Данный факт парадоксален, ибо в языке отсутствуют антонимы к существительным с конкретным значением (например, *дверь, стол, сумка* и т.д.), а не с абстрактным значением (*любовь-ненависть, добро-зло* и т.д.). В качестве лексической единицы с противоположным значением в ряде случаев может выступать существительное «посредственность», однако данное положение носит гипотетический характер, основанный на субъективном эмпирическом восприятии исследователя.

Темпоральная характеристика исследуемых понятий отражает их отношение к понятию времени. Мода заявляет о себе, господствует и вскоре проходит, уступая место другим модным тенденциям, то есть мода скоротечна, непостоянна: *«Мода присутствовала постольку поскольку. Костюмы менялись довольно часто»* [3]. Стиль меньше подвержен изменениям, чем мода, и зачастую может меняться вместе с ценностными ориентирами, с образом жизни, что априори не является частотным. Вкус является долговременной категоричной характеристикой: индивид либо обладает вкусом на протяжении жизни, либо нет.

Критерий массовости подразумевает перцепцию моды как нечто массовое, общее, как универсальное явление: *«Но признаюсь честно: мода на Россию, на русский язык, возникшая в середине 80-х - начале 90-х гг., угасла»* [5]. В противоположность моде стиль и вкус индивидуальны: *«Чем Ваш стиль отличается от других? – Во-первых, мягкостью и чистотой скольжения»* [11], *«У тебя прекрасный вкус, и ты удачно выбираешь наряды»* [13].

Краткая схема механизма реализации рассматриваемых понятий может быть представлена в следующей форме: существуют законодатели, апологеты и гонители моды; стиль подразумевает индивидуальный поиск (*«Если же она сумела найти свой стиль, то это, наверное, самая большая победа в жизни»* [14]), эксперимент, а классический стиль – следование традициям; вкус развивают с рождения, принимая во внимание признанные эталоны: *«У нас-то на шестом уровне литературные изыски начались, полновесная классическая фразеология, язык Шекспира, Байрона и Уайльда, понимаешь, тонкий вкус и широкий гуманитарный ассортимент»* [7].

Основная функциональная специфика моды заключается в функциях социализации, демонстрации социального статуса и удовлетворении потребности индивидуума в новизне: *«Мне нравится мода с точки зрения творческих идей»* [12]. Общей функцией стиля и вкуса является самовыражение. Стиль также призван подчеркнуть индивидуальность (*«Стиль одежды отражает стиль жизни»* [9]), в то время как вкус дополнительно выполняет эстетическую функцию.

Оценочные характеристики существительного «мода» репрезентированы в лексических единицах *«старо как мир»*, *«требование моды»*, *«дань моде»*. Отношение к стилю выражено в лексических единицах *«хороший стиль»*, *«идеальный стиль»*, *«высокий стиль»*, *«плохой стиль»*, *«низкий стиль»*, *«отсутствие стиля»*. Лексические единицы *«хороший»*, *«изысканный»*, *«утонченный»*, *«плохой»*, *«дурной»*, *«испорченный»*, *«на вкус и цвет товарищей нет»* репрезентируют существительное «вкус».

Особую значимость представляет отношение исследуемых понятий к понятию нормы, под которой в данном случае понимается некий установленный эталон, стандарт для оценки новых или уже существующих объектов. Мода может выходить за границы нормы: *«Мне нравится современная мода, ибо главная ее тенденция - отсутствие строгой моды»* [1]. Стиль редко отступает от моды, но обладает способностью индивидуально ее интерпретировать: *«Если бы мода не создавалась в недрах таинственных «бюро стиля», если бы не делалось это лет за пять до показа коллекции публике, можно было бы подумывать: «Отлично!»»* [2]. Вкус предполагает общность норм и оценок, следовательно, никогда не противоречит понятию нормы.

Интересен анализ корреляции понятий мода-стиль-вкус друг с другом. Так, мода может быть стильной или безвкусной. Стиль, с одной стороны, может быть модным; с другой стороны, стиль определяется вкусом. Вкус не подвержен влиянию моды (*«Мне кажется, что прямое следование моде – это дурной вкус»* [10]) и определяет стиль.

Таким образом, при детальном анализе понятий «мода», «стиль» и «вкус» по ряду параметров представляется очевидным, что данные понятия не являются полными синонимами, хотя содержат в синонимичном ряду все три наименования. В русской лингвокультуре мода позиционируется как массовое кратковременное явление.

Стиль и вкус понимаются как нечто индивидуальное. Стиль редко отступает от нормы, характеризуется уважительным отношением к традициям и правилам: *«Сочетания, создающие стиль. Вообще-то ты с ними давно знакома»* [8].

Вкус понимается как способность к эстетической оценке. Вкусом человек либо обладает, либо нет. Вкус можно развивать, изменить в соответствии с меняющимися ценностями и эстетическими предпочтениями. Вкус ограничен традицией и эстетическими критериями, т.е. критериями красоты. В русской лингвокультуре вкус – наиболее глубинная характеристика из трех сравниваемых понятий, ибо благодаря вкусу человек определяет свой стиль и отношение к моде. Мода может характеризоваться лексическими единицами «стильная» и «безвкусная»; стиль может быть модным; вкус влиянию моды не подвержен. Наличие хорошего вкуса предполагает следование эстетическим нормам и оценкам, в то время как мода может выходить за их границы. Понятие вкуса более статично, чем понятие стиля, который может меняться в зависимости от образа жизни и ценностных ориентиров.

Таким образом, можно с уверенностью утверждать, что наряду с отличиями в понимании моды, стиля и вкуса в русской лингвокультуре имеется немало схожих черт.

При рассмотрении понятий мода, стиль и вкус исключительно в языковом плане необходимо отметить, что в массовом сознании понятия «языковая мода», «языковой стиль» и

«языковой вкус» могут выступать синонимами. Тем не менее неперенным условием явления самобытности феномена языковой моды является его принципиальное отличие от языкового стиля и языкового вкуса по образу отличия моды от стиля и вкуса в целом.

Языковая мода коррелирует с понятиями языковой вкус и стиль, которые отражают различные ее аспекты подобно тому, как стиль и вкус коррелируют с понятием моды. Во избежание избыточной терминологии, т.е. неоправданного расширения терминологического аппарата и подмены понятий, мы полагаем, что языковая мода – самостоятельная научная терминологическая единица, в полной мере способная автономно функционировать и объективно существовать.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Аксенов В.* Круглые сутки нон-стоп. М.: Эксмо, 2010. 73 с.
2. *Арефьева Т.* Мужчина должен трепетать. Что предлагают женщинам главные дома моды // Русский репортер. 2009. № 1-2. М.: Группа Эксперт, 2009.
3. *Губайдуллина Е.* Танцы по-голливудски. Московские гастролы американского шоу-балета // Известия. 17.04.2002. М.: Известия, 2002.
4. *Ефремова Т.Ф.* Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. М.: Русский язык, 2000.
5. Кантор Ю. Жан-Робер Равье: На Петербург есть спрос // Известия. 13.01.2002. М.: Известия, 2002.
6. *Ляпоров В.* Молодая гвардия. Искусство быстрого завоевания новых рынков сбыта // Бизнес-журнал. 2003. М.: Бизнес-журнал, 2003.
7. Невеста // Туризм и образование. М.: Туризм и образование, 2000.
8. Обновить гардероб? Легко! Сочетания, создающие стиль // Даша. 2004. №10. М.: ИД Бурда, 2004. с. 33.
9. *Пешкова Ю.* Дом мод // Домовой. 04.09.2002. М.: Домовой, 2002.
10. *Пешкова Ю.* Пиковый козырь // Домовой. 04.01.2002. М.: Домовой, 2002.
11. *Рахаева Ю.* Наше все – 2002. На чемпионате России по фигурному катанию пока падают // Известия. 28.12.2001. М.: Известия, 2001.
12. *Спивакова С.* Не все. М.: Вагриус, 2002. 272 с.
13. Твой гороскоп // Даша. 2004. М.: ИД Бурда, 2004.
14. *Ткачева С.* Тамара Гвердцители: «Не умею учиться на чужих ошибках» // 100% здоровья. 15.01.2003. М.: Открытые системы, 2003.
15. *Фонвизин Д.И.* Недоросль. М.: АСТ, Астрель, 2007. 96 с.