

ЯЗЫКОВОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ КОНЦЕПТА «MODE» В НЕМЕЦКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

Рассматривается концепт «Mode» как модель языковой проекции структурированного знания немецкого этноса и как компонент его языковой картины мира. На основе лингвистических методов выявления концептов дано описание структуры данной концептуальной модели и показано своеобразие ее содержания, отражающее культурно-исторические стереотипы немецкого народа.

Ключевые слова: концепт, мода, языковая картина мира, когнитивная картина мира, ядро, интерпретационное поле, ключевая лексема.

Магистральным направлением современной лингвистики является когнитивное изучение языка, которое исследует связь языка и мышления, рассматривает язык одновременно как инструмент познания мира и как механизм выражения и хранения знаний о мире. Поэтому одним из основных понятий данного направления становится языковая картина мира. «Языковая картина мира... не существует непосредственно. Прежде чем исследовать, ее необходимо реконструировать, опираясь на факты языка» [1, с. 20].

Проблема объяснения и описания ментальных структур посредством их языковой репрезентации, рассмотрения языковой формы как отражения структур человеческого сознания осмыслена отечественными и зарубежными лингвистами: Е. С. Кубряковой, Ю. С. Степановым, Н. Д. Арутюновой, Р. М. Фрумкиной, Н. Н. Болдыревым, В. И. Карасиком, Р. Лангакером, Дж. Лакоффом, Р. Шенка, Ч. Филлмором, М. Минским, А. Вежбицкой, Т. ван Дейком и др.

Моделирование концептов, т. е. структурированное языковое описание содержания той или иной единицы знания (концепта, фрейма, сценария) в аспекте национальной специфики, особенно актуально в исследовании концептуальных и языковых картин мира разных этносов.

Данная статья посвящена моделированию концепта «Mode», объективированного в немецкой языковой картине мира. Все своеобразие культуры народа отражается в его языке, который специфичен и уникален, так как по-разному фиксирует в себе мир и человека в нем. Поэтому описание концепта «Mode» как модели языковой проекции структурированного знания позволяет не только раскрыть структуру исследуемого концепта, но и показать своеобразие способов освоения действительности носителями немецкого языка.

Для описания структуры и содержания языковой модели концепта «Mode» были использованы лингвистические методы вычленения концептов (о лингвистических методах см.: [2, с. 182–184]).

В словаре В. Брауна приводится этимология лексемы «мода»: «*Mode geht auf lat. Modus* “Maß,

Ziel, Vorschrift, Art und Weise”» [3, с. 881], т. е. «мода происходит от лат. *Modus* “мера, цель, предписание, способ”». В этимологическом словаре Г. Дроздовски содержится указание на то, что изначально заимствованное из французского выражения «*Alamode*» [4, с. 464] – «по моде, модный» употреблялось намного чаще, чем «*Mode*» (*мода*).

Анализ словарных толкований ключевого слова позволил определить основные признаки концепта «Mode». В словаре Ф. А. Брокгауза приводится следующее толкование лексемы «мода»: «*der sich wandelnde Geschmack (in den verschiedenen Lebensbereichen); Zeitgeschmack (bes. im Hinblick auf die Art, sich zu kleiden)*» [5, с. 864], что означает «меняющиеся вкусы в различных сферах жизни; вкус эпохи, в особенности отражающийся в выборе одежды». В данной трактовке подчеркивается *изменчивость* моды, *непостоянство* вкусов.

В энциклопедии Ф. А. Брокгауза приводятся интересные данные о том, что в средневековье по платью можно было определить принадлежность человека к определенному социальному слою, а в индустриальном обществе мода стала «средством социальной конкуренции между широкими слоями общества» («*Mode als Mittel sozialen Wettbewerbs breiter Schichten*») [6, с. 705]. Таким образом, мода воспринимается как нечто определяющее, отличающее людей друг от друга, выстраивающее иерархические отношения между ними. В такой трактовке концепта «мода» раскрывается желание немцев выделиться, показать свой статус. В их сознании исследуемый концепт имеет признак *отражения социального статуса*.

В толковом словаре И. Мейера дается следующее определение «моды»: «...*средство социального приспособления и нормирования, а также отстранения и протеста. Она также является как символом обезличивания индивида, так и символом его неповторимости*» (Ср.: «...*sowohl Medium sozialer Anpassung und Normierung als auch Abhebung und Protesthaltung, sie gilt sowohl als Symbol der gesellschaftlichen Vermassung als auch der Exklusivität*» [7, с. 442]). Это свидетельствует о том, что «мода» может выступать как регулятор обществен-

ных отношений, так как позволяет личности выразить свой протест, несогласие с существующими порядками. Таким образом, значимый признак концепта «мода» для представителей немецкого этноса – *возможность самовыражения и проявления своего несогласия с помощью «моды»*.

Анализ фразеологических единиц с базовой лексемой-репрезентантом позволил установить, что концепт «мода» прочно вошел в жизнь немцев. В их понимании «мода» оказывает влияние на развитие общества. Подтверждением этому являются следующие фразеологизмы: «*Die Mode macht Gesetze*» [8, с. 176] (досл. «мода устанавливает законы»), «*Keine Mode entrinnt dem Tode*» [9, с. 179] (досл. «никакая мода не ускользнет от мертвого»), в которых подчеркивается *власть* моды, ее *способность влиять* на всех и каждого. Ср. в этой связи пословицу: «*Wo Verstand nicht Mode ist, da lacht man die Weisesten aus*» [9, с. 179] (досл. «если разум не в моде, то мудрецов высмеивают»), т. е. мода оказывается *сильнее мудрости*, а народ склонен, скорее, идти за модой, чем следовать умным советам. Поэтому немцы говорят: «*Nicht was schön ist, ist Mode, sondern was Mode ist, ist schön*» [9, с. 179], что в переводе означает «модно не то, что красиво, а красиво то, что модно».

Как следует из последнего примера, концепт мода пересекается в концептосфере немецкого этноса с концептами «внешность» и «красота», о чем свидетельствует и другой немецкий фразеологизм: «*Nach dem Kleide wird man empfangen, nach dem Verstande entlassen*» [9, с. 73] («по одежке встречают, по уму провожают»). Внешность и красота, как и мода, значимы для немцев, так как от внешнего вида человека, от того, как он одет в определенной степени зависит отношение к нему окружающих. Однако в то же время внешность не является для немцев определяющей. Внешняя красота нередко обманчива, и никакая одежда, даже самая модная, не изменит человека, не заменит ум и доброту. Поэтому можно констатировать, концепт «мода» в сознании немецкого этноса имеет признак *бессилия перед умом человека*.

Интересно отметить, что мода у немцев ассоциируется с изменениями, она вносит что-то новое в жизнь человека. Немцы признают необходимость таких изменений, которые могут положительно повлиять как на отдельного человека, так и на общество в целом. Подтверждением этому служат фразеологические единицы: «*Das Alte muss dem Neuen weichen*» [9, с. 34] (досл. «старое должно уступать

новому»), «*Das Alte ist bequem, das Neue angenehm*» [9, с. 34] (досл. «старое – удобно, новое – приятно»). С другой стороны, представители немецкой культуры несколько недоверчиво относятся к новым веяниям моды, что объективируется в следующих фразеологизмах: «*Der alte Brauch ist der Beste*» [9, с. 459] (досл. «старый обычай – самый лучший»), «*Ändern und bessern ist zweierlei*» [9, с. 53] (досл. «измениться – не значит стать лучше»), «*Alte Gewohnheiten soll man nicht brechen*» [9, с. 34] (досл. «нельзя ломать старые привычки»).

Суммируя изложенное выше, можно реконструировать следующую языковую модель концепта «Mode»:

– Ядром концепта является «*правило, манера одеваться*».

– Важнейшие признаки, расположенные близко к центру концепта, – *власть, господство, влияние*. Они зафиксированы в толковых и фразеологических словарях; здесь же объективируются признаки *контроля над обществом, давления на общество*. Данные признаки расположены близко к ядру концепта и являются одними из наиболее значимых в его структуре.

– Дальше от ядра расположены признаки *изменчивости, непостоянства, временности, обманчивости* «моды», а также признаки *отражения социального статуса и возможности проявления несогласия и протеста с помощью «моды»*.

– К признакам, составляющим интерпретационное поле концепта «Mode», относятся признаки: *возможность самовыражения; нахождение собственного стиля/невозможность создать свой собственный стиль; проявление индивидуальности и креативности /разрушение индивидуальности и креативности; отражение внутреннего мира, возможность передать характер*.

Предложенная модель концепта «Mode», описанная лингвистическими методами, представляет собой модель языковой проекции данного концепта и является частью языковой картины мира немецкого этноса. Применение экспериментальных методов вычленения концептов (см.: [1, с. 115]) позволит уточнить структуру анализируемого концепта и выявить его когнитивные признаки, которые не нашли своей объективации в немецком языке. Такой подход представляется продуктивным для всестороннего исследования концепта «Mode», который прочно вошел в сознание немецкого этноса и отражает его культурно-исторические стереотипы.

Список литературы

1. Петроченко Л. А., Чернощекова В. О. Семантика канонических и трансформационных видов паремий и фразеологизмов (на материале английского языка) // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (Tomsk State Pedagogical University Bulletin). 2010. Вып. 7 (97). С. 20–24.
2. Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика. М.: АСТ: Восток – Запад, 2007. 314 с.
3. Braun W., Ginschel G., Hagen G. Etymologisches Wörterbuch des Deutschen. M–Z. В.: Akademie Verlag, 1993. 1665 S.
4. Duden. Herkunftswörterbuch der deutschen Sprache. 2., völlig neu bearb. u. erw. Aufl. / von Günther Drosdowski. Mannheim: Dudenverlag, 1989. 847 S.
5. Der Brockhaus in drei Bänden. Bd. 2: GO – PAH. Leipzig: Brockhaus GmbH, 2006. 864 S.
6. Brockhaus Enzyklopädie in vierundzwanzig Bänden. Vierzehnter Band: Mag – Mod. Mannheim: Brockhaus Verlag, 1991. 720 S.
7. Meyer Grosses Universallexikon in 15 Bänden. Bd. 9: M–Nd. Mannheim: Meyers Lexikonverlag, 1983. 656 S.
8. Граф А. Е. Словарь немецких и русских пословиц. Более 6 000 единиц / художник А. Лурье. СПб.: Лань, 1997. 288 с.
9. Бинович Л. Э. Немецко-русский фразеологический словарь. М.: Аквариум, 1995. 768 с.

Жукова Н. С., кандидат филологических наук, доцент.

Национальный исследовательский Томский политехнический университет.

Пр. Ленина, 30, Томск, Россия, 34050.

E-mail: shukovans@mail.ru

Материал поступил в редакцию 12.02.2013.

N. S. Zhukova

MODELING OF THE CONCEPT “MODE” IN THE GERMAN LINGUISTIC CULTURE

The article deals with the “Mode” concept as a model of linguistic structured knowledge projection of German ethnicity and as a component of its linguistic view of the world. With the help of language-based methods the structure of this conceptual model is described and the originality of its content that reflects cultural and historical stereotypes of German ethnicity is demonstrated.

Key words: *concept, fashion, linguistic view of the world, cognitive view of the world, kernel, interpretation field, key lexeme.*

National Research Tomsk Polytechnic University.

Pr. Lenina, 30, Tomsk, Russia, 34050.

E-mail: shukovans@mail.ru