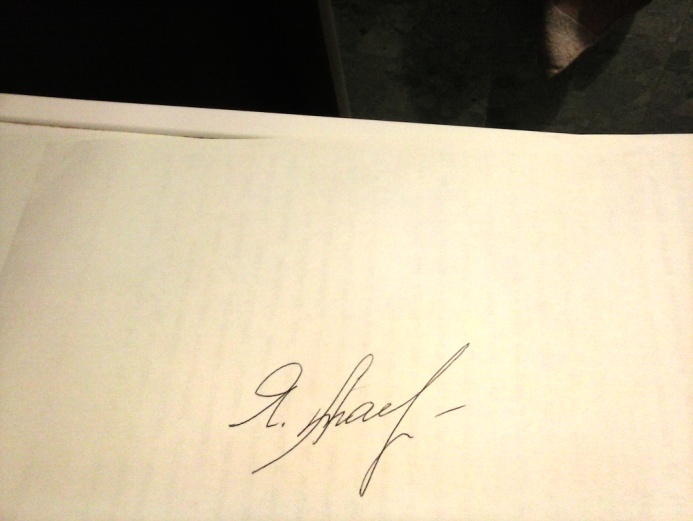
1. *На правах рукописи*



**Ягафарова Лилия Талгатовна**

**ВЕРБАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТОСФЕРЫ «МОДА» В СОВРЕМЕННОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ МАССОВОЙ ЛИТЕРАТУРЕ**

10.02.01 – русский язык

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

Елец – 2014

Работа выполнена в федеральном государственном бюджетном

образовательном учреждении высшего профессионального образования

«Ульяновский государственный университет»

|  |  |
| --- | --- |
| **Научный руководитель:** | **Урунова Раиса Джавхаровна**  доктор филологических наук, профессор |
| **Официальные оппоненты:** | **Авдевнина Ольга Юрьевна**  доктор филологических наук, доцент,  ФГБОУ ВПО «Саратовская государственная юридическая академия», доцент кафедры русского языка и культуры |
|  | **Мещерякова Ольга Александровна,**  доктор филологических наук, ФГБОУ ВПО «Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина», профессор кафедры языкознания и документоведения |
| **Ведущая организация:** | ФГБОУ ВПО «Оренбургский государственный педагогический университет» |

Защита состоится «13» февраля 2015 г. в 10.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.059.01 по защите докторских и кандидатских диссертаций в Елецком государственном университете им. И.А. Бунина по адресу: 399770, Липецкая обл., г. Елец, ул. Коммунаров, д. 28, ауд. 301.

С диссертацией можно ознакомиться в научном отделе библиотеки Елецкого государственного университета имени И.А. Бунина по адресу: 399770, Липецкая обл., г. Елец, ул. Коммунаров, д. 28, ауд. 300 и на сайте http://www.elsu.ru/full\_diss\_01

Автореферат разослан «\_\_\_\_\_\_» января 2015 г.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Ученый секретарь  диссертационного совета |  | А. А. Дякина |

**ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ**

Реферируемое исследование посвящено выявлению вербальных средств выражения моды в текстах массовой литературы и последующему построению из них концептосферы «мода».

На современном этапе развития лингвистической науки изучение концептов в рамках лингвокультурологии является актуальнейшей тенденцией. В русле данного направления работают как отечественные (В. И. Карасик, Г. Г. Слышкин, Ю. Н. Караулов, Н. Ф. Алефиренко, Г. В. Токарев, В. В. Колесов, В. А. Маслова, З. Д. Попова, В. И. Постовалова, Ю. С. Степанов, И. А. Стернин, Р. М. Фрумкина, Л. А. Сараджева, Р. А. Урусова, А. Н. Усачева, Н. В.Уфимцева, М. В. Цветкова, М. В. Пименова, Е. П. Захарова, Т. А. Милехина, З. Х. Бижева, Л. К. Байрамова, З. Р. Цримова, Р. Р. Замалетдинов, К. З. Закирьянов, А. Ш. Василова, З. А. Мотыгуллина и др.), так и зарубежные ученые (А. Вежбицкая, Р. Джакендофф, Дж. Лакофф, Р. Лэнекер, Дж. Фодор, Дж. Катц, А. Круз, Ч. Филмор и др.).

Изучение концептов в структуре художественных текстов – актуальное направление современной лингвистики, представленное трудами множества ученых (Г. Г. Слышкин, В. И. Карасик, Ю. М. Лотман, И. В. Арнольд, В. В. Степанова, Н. Е. Сулименко, Н. С. Болотнова, Л. Н. Чурилина и др.).

Лингвокультурологическое направление является базовым для нашей работы, так как основывается на изучении языка с точки зрения его возможностей выражать категории культуры и быть средством хранения культурной составляющей социума, сформировавшейся в коллективном языковом сознании этого социума. Важнейшим, на наш взгляд, уровнем языкового воплощения лингвокультурного концепта является текстовая реализация, т. е. обращение к концепту в конкретных коммуникативных целях. Текст вмещает в себя фактические сведения, ассоциации, образные представления, ценностные установки.

С точки зрения исследования концептов наибольший интерес представляет именно художественный текст, так как он содержит информацию эстетического и общекультурного характера. Художественный текст включает в себя совокупность языковых средств, выражающих авторскую оценку окружающего мира.

Важно подчеркнуть значение современных текстов, дающих комплексное представление о состоянии современной культуры. В этой связи именно массовая литература, которая рассматривается как отражение общественных идеалов и представлений, является богатым материалом для выявления ценностных концептов, которыми оперируют современные герои. Другими словами, речь идет не столько о жанровом, сколько об оценочном явлении.

Исследование концептов современной массовой литературы способно отобразить константы коллективного сознания, закрепленного в системе языка. Массовая литература характеризуется деиндивидуализацией, то есть мы не говорим о языковой личности каждого отдельного «массового» писателя, мы исследуем языковую картину совокупности произведений массовой литературы разных авторов. В настоящее время в лингвистике исследуется огромный круг концептов, однако изучение концептов моды в современной массовой литературе, на наш взгляд, является достаточно интересным и актуальным в силу того, что позволяет обратиться к социальным ценностным ориентирам нашего времени.

Необходимо уточнить, что мода, будучи всеобъемлющим и всеохватывающим явлением, основным своим объектом имеет элементы внешнего вида. Таким образом, в нашем исследовании под модой понимается смена образцов одежды, обуви, аксессуаров, то есть исключительно атрибутов внешности.

На основе анализа текстов произведений можно построить концептосферу современной массовой литературы, отражающую феномен моды на внешние атрибуты в ценностном аспекте и таким образом представить типичную культурную обстановку определенного периода. Этим и определяется **актуальность** диссертационной работы.

**Целью** исследования является анализ вербальных средств и способов выражения моды на атрибуты внешности в текстах массовой литературы и последующее построение из них концептосферы «мода».

Достижение общей цели исследования предполагает решение следующих **задач**:

1) путем анализа специфики семантики и функций языковых единиц определить концепты моды в русской лингвокультуре на основе отечественных массовых романов и выявить их признаки;

2) по вербальному выражению выявить и описать ценностные смыслы, которые определяют характер, качество и границы функционирования концептов моды в текстах и на их основе выявить и описать особенности языковой репрезентации моды, проявляющихся в атрибутике внешнего вида;

3) на базе выявленных из текстов современной массовой литературы концептов построить текстовую концептосферу «Мода», определить закономерности языкового выражения и проследить влияние ценностных смыслов на формирование ее компонентного состава.

**Объектом** нашего исследования являются языковые средства и способы репрезентации концептосферы «мода», проявляющейся в атрибутике внешнего вида.

**Предметом** исследования являются семантические и функциональные особенности вербальных средств и способов, выражающих концепты моды в текстах современной массовой литературы

**Теоретической базой** исследования послужили:

1) труды В. И. Карасика, Г. В. Токарева, И. А. Стернина, Ю. С. Степанова, С. Г. Воркачева, В. А. Масловой, Т. Б. Крючковой, Г. В. Быковой, Н. Ф. Алефиренко, С. В. Ивановой о сущности, структуре, содержании, признаках концепта и способах его репрезентации в языке;

2) работы Г. Г. Слышкина, Д. С. Лихачева, посвященные структурной и семантической организации концептосферы;

3) исследования Ю. Н. Караулова, В. В. Степановой, Ю. А. Сорокина о вербальной репрезентации художественного текста;

4) труды Ю. М. Лотмана, М. А. Черняк, Л. Д. Гудкова, направленные на исследование сущности массовой литературы;

5) работы А. Б. Гофмана, О. Б. Вайнштейн, Р. Барта, раскрывающие сущность феномена моды.

Основными **источниками** исследования являются романы авторов современной массовой литературы. Под современными текстами подразумеваются произведения, написанные в период с конца 90-х г.г. XIX по 2010-х г.г. XX вв. Для исследования были выбраны жанры массовой литературы, в которых мода имеет особую функциональную ценность. Городской роман – господство городской культуры, в которой формируются стереотипы массового сознания и общественно значимые феномены; в основе повествования иронического романа, построенного на элементах подражания известным классическим текстам, переосмысливаются многие явления действительности, в том числе и культурного толка; психологический любовный роман, освещающий нравственно-психологическую сферу, не лишен социального начала; так называемый «мужской» роман представляет интерес в плане исследования концептов главным образом потому, что определяет специфику подобного жанра с точки зрения гендерных отношений. Таким образом, представив тексты массовой литературы во всем жанровом многообразии, можно составить полную картину о функционировании в них концептов моды, являющейся частью материальной культуры общества. Выбор авторов произведений не является случайным. Мы остановились на самых типичных и востребованных (по данным интернет-ресурсов) представителях заявленных выше жанров массового романа: Анна Берсенева, Екатерина Вильмонт, Татьяна Веденская иИлья Стогов (Стогофф), соответственно. На наш взгляд, анализ текстов, написанных в жанрах, в которых система ценностей отображена во всех аспектах, способен представить наиболее полно концептосферу «мода», проявляющуюся в атрибутике внешнего вида.

Предмет и задачи определили выбор **методов** исследования, среди которых выделяются:

* описательный метод, в рамках которого использовались приемы наблюдения, обобщения, интерпретации и классификации;
* метод концептуального анализа художественного текста (анализ осуществляется по образцу, примененному Ю. Н. Карауловым в работе «Русский язык и языковая личность», уточненному в соответствии с характером материала и целью нашего исследования), предполагающий выявление концептов и способов их вербализации;
* статистический метод с употреблением приема количественного анализа, обеспечивающий точность в выявлении частотности концептов и концептуальных признаков;
* контекстуальный анализ, позволяющий выявить ценностные смыслы в текстах;
* конструктивный анализ, позволяющий объединить общие признаки и построить концептосферу;
* функциональный метод, обращение к которому позволяет реализовать и репрезентировать концепты в текстах;
* методика компонентного анализа, выявляющая семантическое наполнение концептосферы.

**Научная новизна** диссертационного исследованияопределяетсятем, что на основе анализа семантических и функциональных особенностей вербальных средств русского языка решается ряд задач:

1. Исследована вербальная репрезентация концепта "Мода" на новом материале и проанализированы его особенности, представлена структурная организация данного концепта в массовой культуре конца ХХ – начала ХХІ веков.

2. Дано описание художественного концепта "Мода" на основе ценностного потенциала и выявлены критерии, позволяющие определить состояние современной культуры с точки зрения модного аспекта.

**Теоретическая значимость** представленной диссертации заключается в развитии лингвокультурологической методологии путем исследования вербализации одного из значимых для современной лингвокультуры концептов "Мода" и его сущностных признаков, в обосновании примененных подходов к изучению художественных текстов с целью систематизации разнородного материала о феномене моды в русской лингвокультуре.

**Практическая значимость** диссертации обусловлена возможностью применения результатов исследования в практике вузовского преподавания курсов «Концептология», «Стилистика СРЯ», «Филологический анализ текстов», специальных курсов по специфике текстов массовой литературы, а также в лексикографической практике при составлении словарей концептов современной моды и костюма.

**Положения, выносимые на защиту**:

1. Знания о моде являются значимыми для современной русской лингвокультуры и поэтому отображаются в концептах, которые характеризуют ее с точки зрения ценностного аспекта.

2. Концептуализация моды в текстах массовой литературы обусловливается ценностными смыслами, определяющими в некоторой степени характер вербализации концептов и состояние современной культуры. В связи с этим для эффективного анализа текстовой концептосферы "мода" необходимо предварительно определить ценностный компонент, отражающий оценочные характеристики феномена моды в художественном пространстве.

3. Текстовая концептосфера «мода» представляет собой сложную многоуровневую структуру, ядро которой состоит из художественных концептов моды ***дороговизна, престижность, французский, заграничный, соблазнительность, необычность, небрежность*** и вербализуется лексемами и синонимами, их репрезентирующими, а периферия является контекстуальным пространством, которая вербализуется индивидуально-авторскими репрезентациями концепта, представляющими собой лексемы с переносным значением.

**Реализация и апробация работы**. Результаты исследования отражены ввосьми публикациях автора, в том числе четыре – в журналах, рекомендованных ВАК. Основные положения диссертации отражены в докладах, прочитанных на научно-образовательных и всероссийских студенческих конференциях.

**Структура и объем** работы определяется ее задачами и спецификой материала. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, восьми приложений (***Приложение 1.*** «Вербальное выражение концептов моды в текстах массовой литературы»; ***Приложении 2.*** «Номинативная плотность лексем, актуализирующих концепты моды»; ***Приложении 3.*** «Данные о количестве романов с функционированием лексем, актуализирующих концепты моды»; ***Приложение 4.*** «Количественная характеристика классов лексем»; ***Приложении 5*** «Сфера употребления лексем, вербализующих концепты моды»; ***Приложении 6.*** «Выявление текстовых лакун»; ***Приложение 7.*** «Степень значимости концептов моды для концептосферы»; ***Приложении 8.*** «Схема концептосферы «мода» в текстах массовой литературы»).

**ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Во **введении** отмечается актуальность работы, ее новизна, определяются цели и задачи работы, методы изучения материала, ее теоретическая и практическая значимость, предмет, объект и методы исследования, формулируются выносимые на защиту положения, указывается круг источников и степень изученности данной проблемы.

В **первой главе** исследования **«Концепт и концептосфера в современной российской концептологии»** разрабатываются теоретические основы изучения концептов в лингвистике, средств вербализации и сферы их выражения. Глава состоит из трех разделов.

В **разделе 1.1.** «**Понимание сущности и строения концепта**» дается аргументация принадлежности концепта к философской категории, а также история возникновения термина, его понятийного аппарата и структурных компонентов, как в отечественной, так и в зарубежной науке. В современной лингвистике выделяются основные подходы в изучении концептов: семантико-когнитивный (З. Д. Попова, И. А. Стернин), концептуальные исследования (М. В. Пименова, О. Н. Кондратьева), лингвокультурология (В. И. Карасик, Г. Г. Слышкин), лингвокультурная концептология (С. Г. Воркачев). Лингвокультурология, которая является для нашей работы основным направлением, базируется на исследовании взаимосвязи языка и культуры, то есть изучает систему культурных ценностей, сформировавшихся в коллективном языковом сознании социума. Несмотря на существующие различия в понимании концептов, в методах и подходах их исследования, представители этих школ считают, что концепт – основная единица сознания, способная к вербализации через языковые единицы, имеющая многомерную сложную структуру. Многомерность культурного концепта связана с внутренним расчленением, что предполагает необходимость построения более чем одной модели для исследования его признаков и природы в целом. Ставя во главу лингвокультурное понимание концепта, мы говорим о ценностной составляющей как о главном критерии, отличающем лингвокультурный концепт от когнитивного. Понимание культурной ценности и актуальности концептов в этом направлении предполагает серьезное изучение их вербализации. Кроме того, В. А. Маслова отмечает, что ценности и концепты не просто связаны между собой, иногда они представляют идентичные понятия. Например, такие концепты, как ***семья, дружба, труд*** и т.д., составляющие основу русской языковой картины мира, могут также являться и ценностями.

В **разделе 1.2.** «**Вербализация концептов и текстовая концептосфера**» отмечается, что важными для любого направления концептологии являются как сами концепты со своим вербальным выражением, так и их репрезентированная средствами языка совокупность – текстовая концептосфера. Поскольку нас интересует актуализация концептов вербальными средствами языка, то в связи с эти подчеркивается значимость концептуального анализа художественных текстов, определяется сущность и методика концептуального анализа.

Выявление культурного пласта возможно через процедуру концептуального анализа художественных текстов, в которых вербализована индивидуально-авторская концептосфера. Художественные концепты, функционирующие в современных массовых текстах, представляют собой совокупность авторского начала и культурно-исторического в силу "социологизированности" массовой литературы. Итак, концепты могут быть выражены в языке отдельными лексемами (лексические концепты); фразеологическими словосочетаниями, аббревиатурами или сокращениями (фразеологические концепты); свободными словосочетаниями, предложениями и даже целыми текстами (грамматические концепты). Вместе с тем уточняется, что наличие или отсутствие концепта никак не связано с наличием в языке лексических единиц, называющих его, поскольку концепты возникают в сознании как результат постижения действительности и зависят не от языковой репрезентации, а от реальной действительности. Следовательно, концепт возникает не вследствие активной работы мышления, а вследствие приобретения им ценностной составляющей в социуме.

В рамках лингвокультурологии исследование вербализации художественного концепта предполагает ряд этапов, направленных на детальный анализ текстов художественных произведений, отражающих определенную вариацию жизненного, исторического материала в своеобразной индивидуально-авторской форме. В основе описания вербализации текстов лежит не только поиск лексем, объективирующих концепты, но и исследование их контекстуального пространства, парадигматических и синтагматических связей, в которые вступают концепты, построение списков видовых групп.

Человек в своем сознании хранит не один, а множество концептов, наличие которых установлено в определенном порядке. Совокупность концептов в сознании человека составляет его концептосферу. Выявление и описание концептов возможно только вместе с изучением концептосферы. Понятие «концептосфера» рассматривается нами в разных направлениях концептологиии. Концептосфера – одно из самых важных понятий в концептологии, так как исследование каждого ее отдельно взятого концепта уже дает широкое представление о лингвокультуре, о принципах ее устройства и ценностях ее носителей.

Самого тщательного изучения требует текстовая концептосфера. Концепты, объективируемые в текстах, составляют основу текстовой концептосферы, которая в рамках определенного текстового пространства представляет ценность для эпохи, поскольку отображает уклад и идеалы описываемого общества. Концептосфера художественного текста связана с художественной картиной мира определенной культуры, в которой индивидуально-авторские приемы органично переплетаются с языковым достоянием народа. По этой причине данному типу концептосферы уделяется особое внимание в работе. Текстовая концептосфера особенно подробна была описана учеными Г. Г. Слышкиным, В. И. Карасиком, Ю. М. Лотманом, Н. С. Болотновой, Л. В. Миллером и др. С точки зрения исследования концептов наибольший интерес представляет именно художественный текст, который являет собой ценность в плане получения информации о бытовой организации, ценностных ориентирах описываемого на страницах произведений общества. Важно подчеркнуть значение современных текстов, дающих комплексное представление о состоянии современной культуры.

Поскольку концепт – единица, имеющая ментальную природу, для ее выявления и последующего описания необходима особая методика. Эта методика широко известна под названием «концептуальный анализ». Концептуальный анализ художественного текста – особый тип его исследования, при котором рассматриваются концепты, а целью является выявление способов их вербализации. Данный тип анализа основывается на представлении, что через призму наличия наиболее значимых и актуальных для культуры концептов, нашедших свое воплощение в художественном произведении, можно составить представление о лингвокультуре в целом. Ученые признают правомерность обращения к концептуальному анализу для исследования концептов художественного произведения.

Изучив основные варианты концептуального анализа, мы можем отметить, что его сущность заключается в том, чтобы раскрыть весь потенциал концепта, его образные, понятийные, ценностные компоненты; выявить особенности его языкового выражения; определить его роль в исследуемом художественном контексте и значение для культуры в целом.

В **разделе 1.3.** «**Массовая литература как среда вербализации концептов и формирования текстовой концептосферы**» аргументируется подход к исследованию текстов массовой литературы как среды выражения концептов. В рамках социологии массовая литература рассматривается как отражение общественных представлений и идеалов, стереотипов и норм поведения. Именно факт того, что массовая литература – явление социальное, позволяет обращаться к ней с целью познания современной культуры и коллективного сознания общества. Исследование концепта способно с наибольшей точностью отобразить эти константы коллективного сознания, закрепленные в языковой системе. Коллективное сознание рассматривается нами как мировидение достаточно большой части общества, объединенной общими интересами и идеалами, включающей в себя как массовое, так и элитарное сознание. В отличие от элитарного сознания, которое связано с устройством жизни маленькой группы людей, массовое сознание – это специфический вид общественного сознания, свойственный значительным неструктурированным множествам людей.

Художественный концепт, вербализованный в текстах современной массовой литературы, представляет собой категорию авторского восприятия мира, которое подчас может отличаться от общекультурных реалий. Вместе с тем, массовая литература, характеризующаяся деиндивидуализацией, максимально полно отображает реальную действительность.

В массовой литературе доминирует принцип повтора, стереотипа, серийного штампа, который являются хорошим способом формирования новых концептов, поскольку основан на коллективном опыте и общепринят всеми членами социума. Нетрудно предположить, что такие образцы, которым подражает подавляющее большинство, являют собой ценность и легко закрепляются в сознании в виде концептов.

Одним из интересных и значимых для всей массовой литературы является концепт «мода» в силу ее антропоцентрического характера. Будучи важным явлением культуры, мода находит свое выражение в вербальных средствах, закрепленных в сознании носителей языка. Исследование вербализации концептов моды в современных художественных текстах способно воссоздать образ эпохи, представленной на страницах романов. Более того, освещая одну из социальных сфер современного героя – атрибутику внешнего вида, концепты моды связаны с отражением ценностного принципа, лежащего в основе выбора и подбора одежды, обуви, аксессуаров и т.д. Неслучайно именно моде принадлежит главенствующая позиция в установлении ценностных ориентиров, ведь, являясь фактом культуры, мода сама обладает огромным ценностно-формирующим потенциалом. Кроме того, имея своим объектом элементы внешнего вида (одежда, обувь, аксессуары), мода служит показателем вкусовых пристрастий героев и в то же время указывает на разделение персонажей по социальным и классовым признакам. Это дает богатый материал для изучения взаимосвязи языка, общества и культуры. В результате делается вывод о правомерности исследования концептов культуры, в частности концептов моды, в текстах массовой литературы, представляющих собой современный эпос, источник информации об общественных идеалах и ценностных показателях.

Во **второй главе «Концептуальный анализ текстов массовой литературы»** определяются ключевые концепты моды в текстах массовой литературы методом концептуального анализа. Глава состоит из трех разделов.

В **разделе 2.1.** **«Общая характеристика»** уточняется, что целью применения концептуального анализа является выявление концептов, отражающих моду на внешний вид, и лексем, актуализирующих ценностный смысл этих концептов.

Для корректности осуществления концептуального анализа использовались: 1) дескриптивные словари, отражающие состояние современного русского языка: *толковые словари русского язык С. А. Кузнецова, Т. Ф. Ефремова, Г. Н. Скляревской* 2) специализированные словари модных терминов *Т. П. Неклюдовой, Т. О. Бердник, В. А. Володина, М. Фог, И. Ц. Балдано* 3) словари иностранных слов *Н. Г. Комлева, С. Г. Займовского*

В **разделе 2.2.** **«Ценностные смыслы концептов «моды» в текстах современной массовой литературы»** определяется понятие ценности, а также важности этой категории для выявления и описания концептов.

Итак, ценность – это основная характеристика общественно значимых и закрепленных в языке носителей социума образцов и смыслов, позволяющая оценить степень важности их культурного значения. По этой характеристике происходит отбор наиболее ценностной информации о мире, хранимой в сознании человека и служащей посредником между языком и культурой. Таким сгустком знаний становится концепт, вербализация которого уже предполагает связь с ценностями определенного социума.

Чтобы корректно выявить и описать концепт путем анализа его вербального выражения, необходимо также исследовать языковое выражение в тексте его ценностных смыслов. В. А. Маслова утверждает, что многие концепты культуры рассматриваются как ценности, и средства их объективации совпадают. Наше исследование показало, что в вербализованной текстовой сфере «мода» ценности могут не только определять концепты, но и совпадать с ними.

Вербальное выражение ценностных смыслов позволяет увидеть поле концепта, актуализирующееся в признаках лексемы – номинанта концепта. Как правило, это семантические компоненты основной лексемы, которые обладают оценочным характером. Среди всех лексем самой важной является та, которая номинирует сам концепт, если таковая имеется в тексте. Если эта лексема совпадает с номинантом концепта в языке, она является доминантной. Следует отметить, что в текстах также используется не основное наименование концепта, а его какой-либо, очевидно обусловленный характером текста синоним. Для нашего исследования доминантная лексема является одним из самых важных понятий, поскольку она определяет функционирование в текстах того или иного концепта моды. Доминантная лексема, или доминанта, – это лексема, занимающая ключевое положение в тексте. Почти такой же значимостью обладает  вербализация ценностных смыслов, которые во многом определяют характерные особенности культурного пространства. Третьей степенью важности обладают лексемы-актуализаторы ассоциативных признаков концепта, которые репрезентируют атрибутику внешнего вида и призваны дополнить или уточнить основной смысловой потенциал концепта. Необходимым здесь представляется выделить типологию ценностных ориентиров: предметные и субъектные.

Лексическое выражение признаков концепта может прямо указывать на ценностные смыслы. Попытаемся доказать связь ассоциативно-семантических признаков вербального выражения концепта с репрезентацией ценностных смыслов посредством словарного семантического значения. Для этого был осуществлен анализ вербализации ценностных смыслов.

Анализ был выполнен по следующей схеме:

1. Выделение фрагмента текста с лексемами, актуализирующими какую-либо модную вещь, и их ассоциативно-семантические признаки для последующего анализа;
2. Выделение всех лексем, выражающих ценностный потенциал концептов, в приведенных фрагментах для определения ценностных смыслов;
3. Перекрестный анализ значений лексем, репрезентирующих ценности концепта, на базе толковых словарей с целью дальнейшего уточнения семантики лексем-актуализаторов ценностных смыслов моды;
4. Выявление характеристик ценностных смыслов концепта и определение характера связи основной лексемы с вербальным выражением ассоциативных единиц, отражающих ценностные для концепта смыслы, для выделения вербальных средств выражения этих ценностных смыслов в текстах;
5. Установление соответствия семантики выявленных ценностей типам классификации ценностных ориентиров (предметные, субъектные);
6. Описание ценностных смыслов в функциональном аспекте с точки зрения их важности для героев массовой литературы.

В результате анализа из текстов массовой литературы были выявлены следующие ценностные смыслы концептов, входящих в концептосферу «мода». Для простоты описания приведем номенклатуру лексем-актуализаторов ценностных смыслов с указанием их типа, которые легли в основу отбора концептов моды в текстах массовой литературы:

- **дорогой** – предметная ценность;

- **заграничный** – предметная ценность;

- **французский** – предметная ценность;

- **соблазнительный** – субъектная ценность;

- **необычный** – субъектная ценность;

- **небрежный** – предметная ценность;

- **престижный** – субъектная ценность.

В основу определения этих разновидностей ценностей в нашем исследовании легла книга А. Б. Гофмана «Мода и люди: Новая теория моды и модного поведения». В итоге было выяснено, с какими ассоциативными признаками должен соотноситься концепт моды в произведениях массовой литературы, или что входит в понятие «модный». Помимо однословного употребления наименований «модный», «мода», «в моде», а также обозначения модных марок, есть другие признаки, которые могут вызывать соответствующие ассоциации с модой. Таким образом, система ценностей представлена следующими составляющими: красота, сексуальность, богатство, престиж, принадлежность к заграничному, в частности к французскому; в то же время наблюдается рьяное желание героев быть непохожими внешне на других любыми способами, независимо от реакции окружающих – от нарочитой небрежности до впечатляющей необычности.

В ходе анализа были выявлены способы вербализации ценностных смыслов:

1. эксплицитный способ – *фирменное дорогущее; в дорогой оправе; впечатление дорогой элегантности; за три тысячи долларов* и т.д. (**дорогой**); *заграничный,**импортный, итальянский, лондонское; из Японии* и т.д. (**заграничный**); *французский; парижский;**изготовленные у парижского парфюмера; парижский шик; приметы парижской жизни* и т.д. (**французский**); *соблазнительный, посексуальнее, красные короткие шортики* и т.д. (**соблазнительный**); *необычный; необыкновенный;* *сказочный; чудесный; ангеловый; невероятное* и т.д. (**необычный**); *рваные; мешковатые; потертые* и т.д. (**небрежный**); *стильный мужчина; смотрелось интеллигентно; впечатление преуспевающего гражданина; первые лица; для аристократов* и т.д. (**престижный**);
2. имплицитный способ – *с ручной дизайнерской росписью; без нарочитого дендизма;* *из отличного шевиота* и т.д. (**дорогой**); *доступ к дефицитным товарам; я чуть с ума не сошла; сочетался с изысканным европейским изяществом* и т.д. (**заграничный**); *простые линии, нежный палевый цвет; все было призвано не украсить, а лишь оттенить красоту и молодость невесты* и т.д. (**французский**); *шортиках, облегавших совершенной формы зад; юбочка дразнила: А я тебя обману! не доставала до пупка* и т.д. (**соблазнительный**); *чтобы добиться счастья* *и гармонии; делают фигуру совершеннее*; *абрисы на ее плечах изменили форму; красивое, уютное – невозможное счастье; он словно ласкал тело* и т.д. (**необычный**); *с перекошенной мордой; с изображением человеческих скелетов; в ресторан не пойдешь; смотрелся неприятно;* *пудовые «гриндерсы»;* и т.д. (**небрежный**); *рассчитывал пойти в хороший ресторан; из натурального сукна для работы в «понтовой» конторе* и т.д. (**престижный**).

В **разделе 2.3.** **«Концептуальный анализ текстов»** представляется концептуальный анализ вербального выражения текстов массовой литературы для выявления концептов моды, обусловленных ценностными смыслами. В результате анализа был составлен список концептов моды, репрезентирующих атрибутику внешнего вида, и определены способы вербализации этих концептов и их ценностных смыслов. Как уже было указано выше, ценности и концепты тесно связаны между собой, более того, многие концепты культуры являются одновременно и ценностями, т.к. представляют собой значимый, а потому и вербализованный культурный смысл. В нашем исследовании выделенные в текстах массовой литературы ценности являются также и важнейшими концептами, отображающими характер современной моды: ***дороговизна, заграничный, французский, соблазнительность, необычность, небрежность, престижность***.

Анализ осуществляется по образцу, примененному Ю. Н. Карауловым в работе «Русский язык и языковая личность», уточненному в соответствии с характером материала и целью нашего исследования. Опираясь на образец Ю. Н. Караулова, мы определили **шесть этапов** концептуального анализа текстов массовой литературы:

На **первом этапе** был осуществлен выбор фрагментов текста с лексемами, вербализующими концепты моды. Поскольку функциональная семантика лексемы определяется ее окружением в тексте, то для качественного анализа каждого концепта важно учитывать характер текстового фрагмента, в котором он представлен.

На **втором этапе** была определена понятийная сторона лексемы посредством толковых словарей. Материал толкового словаря используется как основа для точного описания семантики лексем, вербализующих концепт, а также актуализирующих ценностных смыслов.

На **третьем этапе** были выявлены синтагматические связи, в которые вступают лексемы, вербализующие концепты. На необходимость исследования синтагматических связей концепта указывают многие ученые-лингвокультурологи. В. И. Карасик отмечает, что информативность слова «выявляется в более или менее широком контексте через сочетаемость слова» [56, с. 57]; В. Г. Токарев подчеркивает, что «специфика осмысления тех или иных сторон действительности может находить своё выражение в синтагматических связях слов» [137, с. 179]. Синтаксический анализ концепта направлен на поиск его ассоциативных связей, по которым определяются ценностные смыслы.

На **четвертом этапе** были выявлены парадигматические связи и осуществлен поиск синонимичных с основной лексемой единиц. Этот этап является основным в описании вербализации концепта, так как наличие синонимов свидетельствует о высокой номинативной плотности концепта и, как следствие, его значимости. На данном этапе также формируется общее определение для парадигмы лексем.

На **пятом этапе** был описан концепт на основании сформированной парадигмы и определен способ его вербализации.

На **шестом этапе** было произведено лингвокультурологическое описание концепта, функционирующего в текстах современной массовой литературы конца XX – начала XXI в.в. По мнению Г. В. Токарева, важными показателями значимости концепта являются количественный и статистический.

В результате применения методики концептуального анализа в 17 обработанных текстах массовой литературы мы выявили следующие концепты моды, отображающие внешний вид:

***1) дороговизна,***

***2) престижность,***

***3) французский,***

***4) соблазнительность,***

***5) необычность****,*

***6)******небрежность,***

***7) заграничный.***

В ходе концептуального анализа были определены способы вербализации:

В ходе концептуального анализа было выяснено, что концепты моды в текстах вербализуются следующими способами:

1) эксплицитно, когда концепт выражен лексемами, зафиксированными в словарях и совпадающими с доминантой концепта либо являющимися ей однокоренными (**дороговизна** – *дорогой, дорогущий, дорогостоящий* и т.д.); - лексемами – синонимами доминанты (**престижность –** *привилегированный, статусный и т.д.*; **необычность** – *необыкновенный, потрясающий* и т.д.);

2) имплицитно, когда концепт выражен лексическими единицами, обозначающими обобщающее понятие, охватывающее сразу несколько лексем (**дороговизна** – *одежда,* *обувь* и т.д.); - через вербализацию его признаков, т.е. лексемами, не зафиксированными в словарях и скрыто отражающими смысл концепта, раскрывающими индивидуально-авторские представления о моде (**французский** – *туфли, лодочки,* *парижский cri* и т.д.; **соблазнительность** – *трусы, шорты, «сигаретки»* и т.д.;**необычность** – *костюм, платье,* *«близняшки», произведение искусства* и т.д.).

В **третьей главе «Вербальная репрезентация концептосферы «мода» в текстах массовой литературы»** выявляются составные элементы текстовой концептосферы, строится и описывается ее структура. Для определения состава и организации концептосферы определяется вербальное выражение каждого ценностного поля путем выявления характера связи между значениями лексем, выражающих  концепты и их ценностных смыслов; выявляется качественный и количественный состав концептосферы. Глава состоит из двух разделов.

В **разделе 3.1.** **«Общая характеристика текстовой концептосферы»** определяется состав и организация концептосферы, для чего необходимо выполнение следующих задач:

а) выявить качественный состав концептосферы путем составления списков видовых групп классов лексем, репрезентирующих атрибутику внешнего вида, построения лексико-семантических групп, отображающих связь лексем с ценностным потенциалом;

б) определить количественный состав концептосферы путем выявления номинативной плотности каждого концепта, сферы его функционирования и исследования случаев лакунарности концепта;

в) построить текстовую концептосферу «мода», выделив ее границы, определив ядерную и периферийную зоны.

Учет указанных выше единиц позволяет выявить в концептосфере ядро, в состав которого входят наиболее важные для актуализации концепта единицы, и периферию, которую наполняют индивидуально-авторские репрезентации концепта, выражающие косвенные для концепта явления, но вместе с тем связанные с ним. Проанализировав тексты, целью которых было выявление вербального выражения концептов, нами были обнаружены случаи лакунарности, которые представляют собой один из вариантов функционирования концептов в тексте.

В **разделе 3.2.** **«Текстовая концептосфера «мода» в отечественной массовой литературе»** подробно рассматривается структурная организация концептосферы «мода», включающая 3 составные части.

**I. Ядерная зона.** **Первый уровень ядра** вербализуется лексемами, совпадающими с доминантой концепта (***дорогой (дороговизна), престижный, французский*** и т.д.), **второй уровень** - лексемами, являющимися их синонимами (***роскошный, статус, парижский*** и т.д.).

**II. Приядерная зона** вербализуется лексемами и сочетаниями, которые имплицитно и лакунарно вербализуют концепты (*с ручной дизайнерской росписью; без нарочитого дендизма; из отличного шевиота; из мягкой замши; ручной вязки).*

**III. Периферия вербализуется** лексемами, репрезентирующими атрибутику внешнего вида, с которыми соотносятся художественные концепты и способствуют их вербализации в текстах. **Ближнюю периферию** вербализуют лексемы, совпадающие с названием классов лексических единиц, и их синонимы, обозначающие внешний вид и его атрибутику: ***одежда, наряд, туалет, обувь*** и т.д. **Дальняя периферия** вербализована доминантами видовых групп, входящих в классы лексем концептов моды: ***платье, юбка*** и т. д. **Крайняя периферия** вербализуется лексемами, не являющимися доминантами видовых групп, обозначающими атрибутику внешнего вида: ***сарафан, лодочки*** и т.д.

Текстовая концептосфера «мода» в массовой литературе (в ***Приложении 8.*** «Схема концептосферы «мода» в текстах массовой литературы» на *рис.1* дано графическое изображение концептосферы «мода») вербализована лексемами, репрезентирующими ценностный аспект концептов моды, отображающий мировоззрение героев массовой литературы.

В **заключении** отражены результаты работы, формулируются основные выводы, полученные при исследовании концептов моды в текстах массовой литературы. Итак, в результате произведенного комплексного (статистического и концептуального) анализа из текстов романов Анны Берсеневой,Екатерины Вильмонт,Татьяны Введенской**,** Ильи Стогова (Стогофф) было выявлено 7 концептов моды (***дороговизна, престижность, французский, заграничный, соблазнительность, необычность, небрежность***), которые в текстах репрезентированы **48** лексемами (***дорогой (дороговизна), дорогущий, дорогостоящий, роскошный, фирменный, шикарный, доллар(ы), престижный (престиж), интеллигентный, аристократический, понты, имидж, статус, преуспевающий, необычный, необыкновенный, невероятный, чудесный, потрясающий, сказочный, французский, Париж (из Парижа), парижский, Франция, заграничный, импортный, английский, Барселона (из Барселоны), американский, лондонский (из Лондона), итальянский, германский (из Германии), японский, израильский, (из Израиля), испанский, турецкий, югославский, мадридский (из Мадрида), Хельсинки (из Хельсинки), небрежный (небрежность), потертый, рваный, мешковатый, потрепанный, соблазнительный (соблазнительность), привлекательный, сексуальный, эротический***), повторяющимися в текстах массовой литературы 2343 раза. Из них: 72% лексем принадлежит к общеупотребительной лексике, 18% лексем – к специальной, 10% лексем отведено разговорной лексике; доминанты концептов в большинстве своем относятся к общеупотребительной лексике.

Концепты моды в текстах массовой литературы распределились следующим образом:

1. **соблазнительность – 21,3%**
2. **небрежность – 14,9%**
3. **престижность – 12,6%**
4. **дороговизна – 11,5%**
5. **необычность – 8,5%**
6. **французский – 6,8%**
7. **заграничный – 6 %**

Выявление ценностного наполнения концептосферы позволило определить особенности коллективного сознания героев и выйти на социологизированную оценку концептов моды. Необходимо отметить, что составные элементы концептосферы «мода», построенной на основе романов современной массовой литературы, связаны с временным периодом распространения определенной моды, а единицы, вербализующие концепты, можно отнести к парадигме эпохи. Речь идет об обозначениях и наименованиях ценностного потенциала модного феномена в рамках отечественной лингвокультуры в современный период (конец XX – начала XXI в.в.).

Таким образом, концепты моды, выявленные в текстах массовой литературы, являются отражением социологизированных вкусов в современное время (***дороговизна, престижность, французский, заграничный, соблазнительность, необычность, небрежность***). Данное исследование позволяет описать и обобщить представления современных авторов о моде на внешний вид, об ее определенном влиянии на сознание носителей языка и, следовательно, на формирование ценностного потенциала современного общества. Это дает основание считать изучение концептов моды в современных массовых романах целесообразным и актуальным.

**Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:**

**в изданиях, рекомендованных ВАК РФ:**

1. Ягафарова, Л.Т. Переосмысление гендерных стереотипов в «женском» романе / Л.Т. Ягафарова // Проблемы истории, филологии, культуры. – 2011. – №2 (32). – С. 334-339. (0,3 п.л.)
2. Ягафарова, Л.Т. Феномен моды как средство психологической характеристики героев массовой литературы (на примере современного российского детектива) / Л.Т. Ягафарова // В мире научных открытий. – 2012. – №11.5 (35). – С. 123-134. (0,7 п.л.)
3. Ягафарова, Л.Т. Номинативная плотность концепта «мода» в текстах современной массовой литературы / Л.Т. Ягафарова // Глобальный научный потенциал. – 2013. – №12(33). – 84-87. (0,2 п.л.)
4. Ягафарова, Л.Т. Текстовая концептосфера «мода» в произведениях современной отечественной массовой литературы / Л.Т. Ягафарова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота. – 2014. – № 2. Ч. 1. – С. 212-215. (0,2 п.л.).

**Публикации в других изданиях:**

1. Ягафарова, Л.Т. Мода и массовая литература: проблема взаимовлияния / Л.Т. Ягафарова // Сборник тезисов. Итоговая научно-образовательная конференция студентов. – Казань: Издательство КГУ, 2008. – С. 92-93. (0,1 п.л.)
2. Ягафарова, Л.Т. Мода в массовой литературе (детективы) / Л.Т. Ягафарова // Вестник ЗКГУ. – 2008. – №1. – С.87-91. (0,3 п.л.)
3. Ягафарова, Л.Т. Аспект моды в детективах Д. Корецкого / Л.Т. Ягафарова / Л.Т. Ягафарова // Вестник ЗКГУ. – 2008. – №3. – С. 155-166. (0,7 п.л.)
4. Ягафарова, Л.Т. Функциональный аспект проявления феномена моды в современной массовой литературе / Л.Т. Ягафарова // Вопросы филологических наук. – 2010. – №6(46). – С. 21-23. (0,3 п.л.)

Лицензия на издательскую деятельность

ИД № 06146. Дата выдачи 26.10.01.

Формат 60 х 84 /16. Гарнитура Times. Печать трафаретная. Усл.-печ.л. 1,0 Уч.-изд.л. 1,1

Тираж 100 экз. Заказ 141

Отпечатано с готового оригинал-макета на участке оперативной полиграфии

Елецкого государственного университета им. И.А.Бунина.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина»

399770, г. Елец, ул. Коммунаров, 28