

**Метафорическое моделирование понятийной сферы «мода» в англоязычной картине мира**

**Научный руководитель – Масгутова Марина Фаритовна**

**Гвоздарева Ирина Сергеевна**

*Студент (бакалавр)*

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

*E-mail: irina.gvozd@bk.ru*

В современной когнитивной лингвистике метафора может рассматриваться как способ отражения действительности мира, особого миропонимания и для целого народа, и для отдельного человека. Метафорой называют единицу ментальной деятельности человека. По мнению Д. Лакоффа и М. Джонсона «метафора пронизывает нашу повседневную жизнь, причем не только язык, но и мышление и деятельность. Наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы думаем и действуем, по сути своей - метафорична» [2].

Если опираться на научные труды В. А. Чудинова, «метафорическая модель представляет собой существующую или складывающуюся в сознании носителей языка схему связи между понятийными сферами, которую можно представить определенной формулой» [1].

Метафора передает более точный смысл явлений, подчеркивает новый нюанс в художественном тексте. Метафорическая модель делится на несколько фреймов, которые соответствуют отражению их в миропонимании определенной личности.

Под слотом принято понимать конкретную реализацию типичной ситуации в схеме какого-либо фрейма. Так, В. А. Чудинов в своем исследовании определяет слоты как «элементы ситуации, которые составляют какую-то часть фрейма, какой-то аспект его конкретизации» [1].

В качестве материала исследования был взят текст художественной книги британской писательницы Джастин Пикарди «Coco Chanel. The legend and the life» (Коко Шанель. Легенда и жизнь). Одной из метафорических моделей, которые можно выделить на основе данной книги, является «Fashion-art».

Каждый фрейм метафорической модели представлен несколькими слотами. Как и искусство, мода вносит что-то новое в мировосприятие людей, в их картину мира и позволяет увидеть то, что раньше было недоступно для их глаз, показать новое.

Первый фрейм метафорической модели «Fashion-art», который мы выделили — это «Fashion-creation». Коко Шанель связывала модную индустрию с созданием чего-то нового, отличающегося от творений ее коллег. Это можно увидеть в следующем отрывке из книги: “But it nevertheless offers some insight into the composer’s understanding of the appeal of simplicity, in ways that might have found a parallel with Chanel’s own manner of working, whereby her hands sought to form pleasingly unfussy designs, which was her way to show her own fashion”. В данном отрывке мода подразумевает под собой элементы ремесла. Создавая узоры, Коко Шанель показывает свой собственный взгляд на моду.

Следующий фрейм, который мы выделили из метафорической модели «fashion-art» — это «Fashion-process of creative work» Для Коко Шанель, как и для других представителей мира моды, был важен сам процесс работы. “Chanel works with ten fingers, nails, the edge of the hand, the palms, with pins and scissors right on the garment, which is a white vapor with long pleats, splashed with crushed crystal.” Мода и модная индустрия для Коко Шанель была неразрывно связана с работой руками, с ремеслом.

Следующий слот, который мы выделили из фрейма «Fashion-creation», - это “Fashion – power». Модные показы всегда вызывают бурю эмоций благодаря необычным сочетаниям, смелым образам. Для дизайнеров созданное ими платье - это не просто элемент

одежды, а нечто, чем можно восхищаться, бесконечно разглядывая декор изделий, их необычный крой. “Fashion is not simply a matter of clothes; Fashion is in the air, borne upon the wind”. Прочитав данный отрывок из книги, можно проследить сравнение моды с необъяснимой энергией, наполняющей пространство.

Индустрию моды уже давно можно считать полем для внедрения инноваций. Дизайнеры привносят нововведения не только в дизайн одежды, но и в бизнес, ритейл. Появляется новое мышление и понимание сути создания и изменения моды. В ходе анализа текста книги Джастин Пикарди “Coco Chanel: the legend and the life» нами также был выявлен фрейм «Fashion-innovation», который делится на следующие слоты: «Fashion-inventions of new products» и «Fashion conceptual ideas”.

Рассмотрим первый слот - «Fashion-inventions of new products». Дизайнеры стараются изменить повседневный образ человека, разрабатывают новые модели уже существующей одежды или создают элементы, которых не существовало ранее. “Reporting on Chanel’s innovative all-white spring collection in 1933, French Vogue was suitably dazzled: “A new way of presenting dresses adds to this powerful and palpable springtime feeling that reigns at Rue Cambon. Chanel, for the first time, showed all her white dresses in one sitting”. Из данного контекста видно, что в мире моды приветствуются нововведения, коллекция, выполненная полностью в белом цвете, потрясла индустрию моды в свое время.

Следующий слот – это «Fashion-conceptual ideas». Рассмотрим отрывок, взятый из анализируемого произведения: “According to Vogue, we have seen in her collection a number of frocks designed for Ascot and those private functions for which in England one is always more formally dressed than for similar functions in France. We see also in this designer’s conception of a Court dress a new idea, strikingly successful in the way it reconciles a charming modernism with a traditional formula”. В данном отрывке говорится о необычной идее Коко Шанель объединить традиционную форму придворного платья и стиль модернизм. Эта идея являлась новой и смелой для того времени. Многие дизайнеры в дальнейшем вдохновились ею.

Таким образом, метафорическая модель «Fashion-art» приближена к современному пониманию моды. В наше время многие считают моду одним из видов искусства. В производстве эта тема раскрыта достаточно глубоко, благодаря описанию работы дизайнера с другими деятелями искусства, такими как Сальвадор Дали и Пабло Пикассо.

#### **Источники и литература**

- 1) Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации: Монография /А. П. Чудинов., 2003, 248 с.
- 2) Лакофф. Д. Метафоры, которыми мы живем / Д. Лакофф, М. Джонсон // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М., 1987, 450