

Д. Камзанов^{1*}, А.С. Адилова¹, Б.С. Каукербекова²

¹Академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды, Қазақстан

²Қарағанды медицина университеті, Қарағанды, Қазақстан
(E-mail: dauren.kr@inbox.ru, adilova2010@mail.ru, KaukerbekovaB@qmu.kz)

Сән дискурсы жөнінде

Мақала институционалды дискурстың бірі — сән дискурсының жалпы сипатына арналған. Адамгершілік нормаларының, жеке адам және билік, жеке тұлға және ұжым арасындағы қарым-қатынастың мінез-құлық стандарттары өзгерумен қатар, адамдар арасында өзінің индивидуалды ерекшеліктерін киген киім арқылы қоғамға сөзсіз (бейвербалды) жеткізу кеңінен тарай бастады. Осыған байланысты қоғамда сән дискурсының маңызы арта түседі. Адам киім арқылы қоршаған ортаға өз болмысын көрсетеді. Сән қазіргі өмірдің көп қырлы құбылыстарының бірі болып табылады, сәйкесінше сән дискурсы жарнамалық, педагогикалық, ғылыми, білім беру, өнертану, тарихи, бұқаралық ақпарат құралдары және басқа да дискурстармен тоғысқан күрделі сипатқа ие. Сән әлемінің тілдік репрезентациясында дискурс, сән, киім, стиль сөздері жиі қолданылады. Мақалада аталған тілдік бірліктер қолданысы талданған.

Кілт сөздер: дискурс, сән дискурсы, коммуниканттар, әлеуметтік дифференциация, киім, сән, стиль.

Kipicne

Адамзат қоғамы дамыған сайын оның қажеттіліктері көбейіп, сол кез үшін жаңа болып есептелетін түрлі артефактілерді ойлап тауып, қолданысқа енгізіп отырғаны сөзсіз. Антропологтердің айтуынша, табиғаттың қатал жағдайларына бейімделіп, өмір сүру үшін алғашқы адамдар өздеріне таныс материалдарды пайдаланған. Олар айналадағы қатты заттардан және суықтан қорғану үшін шөп талшықтарынан жамылғы тоқып, ағаш жапырақтарын, аң терісін қалқан қылған, яғни оларды киімнің алғашқы нұсқалары деп атауға болады. Адамзаттың еңбек құралдары жетілген сайын мұндай қарапайым заттар күрделене түсіп, киімнің түрлері пайда бола бастайды.

Уақыт өте келе, киім өзінің о бастағы утилитарлық қызметіне қоса эстетикалық мақсатта да қолданыла бастады, яғни XII–XIII ғасырларда сәнді, әдемі киімдердің пайда болуы сән тарихының басы болып саналады. Ұзақ уақыт бойы элитаның, дворяндардың, патшалардың және байлардың өмірінің бір бөлігі болып саналған сән дүниенің бар түкпіріне таралған жаһандық феномен ретінде XVII ғасырда Францияда қалыптаса бастады. Ал бұқаралық құбылысқа сән тек XX ғасырда ғана айналды, себебі сәнді киім үлгісі кең таралып, біртіндеп қоғамда белгілі бір мағынаға ие бола бастайды. Адам өзі араласатын ортаға, айналасына өзіндік ерекшелігін, болмыс-табиғатын, мінез-құлқын көрсету үшін немесе қоршаған ортаға психологиялық әсер ету үшін белгілі бір стиль киімдерін таңдайды, яғни өзін ортадан ерекше, тәуелсіз, қайратты немесе нәзік жан ретінде таныту мақсатында өзі дұрыс, осы жай-күйімді білдіре алады деген киімдерді киеді. Осылайша, киіну біртіндеп түрлі институционалды дискурстың (коммуникацияның) ажырамас бөлігіне айналып, мағынаға ие бола бастайды. Соның нәтижесінде қоғамда адамдардың киіну үлгісі тек белгілі бір топқа жататынын ғана емес, белгілі бір ортақ көзқарастарға ие топтарға жататынын да көрсете бастайды. Халық арасында субмәдениет деп аталатын топтарды киімі арқылы бірден ажыратуға болады. Ал ғылым мен жаңа технологиялардың пайда болуы, қалыптасуы, дамуы, сондай-ақ шекаралардың жойылуы, жаһандану үдерісінің жеделдеуі нәтижесінде қоғамдық феномен ретінде жаңа сән үлгісі, киінудің түрлі стильдері, сән индустриясы, оған қатысты лексика бір елдің аумағынан асып, әлемнің бар түкпіріне тез тарап отыруы кез келген тілге әсер ететіні де рас.

Материал және әдістер

Мақалада зерттеу нысанын таныту үшін синхронды талдау немесе сипаттама әдісі қолданылды, яғни оның құрамдас бөліктері байқау, жалпылау, интерпретация және классификация негізінде жалпы дискурс пен сән дискурсына қатысты пікірлер, материалдар жинақталды, жинақталған

* Хат-хабарларға арналған автор. E-mail: dauren.kr@inbox.ru

деректер іріктеліп, бір жүйеге түсірілді, тұжырым жасалды. Сән дискурсына қатысты негізгі тілдік бірліктердің мағынасы лексикографиялық деректерді салыстыру әдісі арқылы ашылып, нақтыланды.

Нәтиже және талқылау

«Дискурс» ұғымын алғашында шетелдік зерттеушілер (Т. ван Дейк, Дж. Остин, Дж. Серль, П. Серио, М. Фуко, Э. Гофман, С.И. Виноградов, Б.П. Паршин, В.З. Демьянков, Ю.С. Степанов және т.б.) әртүрлі көзқарас тұрғысынан қарастырды.

Н.Д. Арутюнова дискурсты экстралингвистикалық, прагматикалық, әлеуметтік-мәдени, психологиялық және басқа факторлармен байланысы бар «өмірге енген сөз» («речь, погруженная в жизнь») деп анықтайды [1; 136]. Оқырман жазушының еңбегін мұқият оқып, оның айтқысы келген ойын түсіне бастайды. Әр оқырман шығарманы әр қырдан танып білгендіктен, автордың сөзі адресаттың ойында тірі ағза іспеттес дамып, әр алуан жолмен жанданады.

Ю.С. Степановтың пікірінше, дискурс «ерекше менталитетті немесе ерекше идеологияны білдіру үшін тілді ерекше қолдану» болып табылады [2; 37]. Ал тілдік фактормен қоса жүретін экстралингвистикалық фактордың бірі коммуникативтік жағдай мақсатына сәйкес өзгеріп отыратын түрлі — коммуникация орны, уақыты, сипаты, тұлғалардың әлеуметтік рөлі, жасы, жынысы сияқты белгілермен қатар, коммуниканттардың киіну үлгісі де, яғни сән де олардың өзін-өз ұстауына, басқа адамдармен қарым-қатынасына әсер ететіні сөзсіз.

Дискурсты социоллингвистикалық тұрғыдан жіктеген белгілі ғалым В.И. Карасик оны екіге бөледі: тұлғалық-бағдарлы дискурс және мәртебе-бағдарлы дискурс. Олардың әрқайсы өз ішінен тағы да екі түрге ажыратылатынын айта келіп, зерттеуші: «мәртебе-бағдарлы дискурс — белгіленген әлеуметтік институттар шеңберінде өздерінің статустық-рөлдік мүмкіндіктерін жүзеге асыратын адамдар мен әлеуметтік топтар немесе институттар өкілдерінің бір-бірімен сөйлеу арқылы әрекеттесуі» [3; 181] деп көрсетеді, яғни бұл дегеніміз институционалды қарым-қатынас, институционалды дискурс.

Ал «Әлеуметтік институт адамдардың бірлескен іс-әрекетін ұйымдастырудың тарихи қалыптасқан, тұрақты формалары ретінде қарастырылады; тар мағынада — бұл қоғамның, әлеуметтік топтардың және жеке тұлғаның негізгі қажеттіліктерін қанағаттандыруға арналған әлеуметтік байланыстар мен нормалардың ұйымдасқан жүйесі» [4]. Қоғамдағы кез келген әлеуметтік институттың өзіне тән белгілері болады: мақсаты қоғамның белгілі бір қажеттіліктерін қанағаттандыру болып табылатын мекемелер, әлеуметтік топтар жиынтығы; мәдени үлгілер, нормалар, құндылықтар, символдар жүйесі; осы нормалар мен үлгілерге сәйкес мінез-құлық жүйесі; міндеттерді шешу үшін қажетті материалдық және адами ресурстар; қоғамдық танылған миссия, мақсат, идеология. Аталған мақсаттарға қол жеткізу үшін, миссияны орындау үшін олар тіл арқылы қарым-қатынасқа түсіп, қоғамға қажет іс-әрекетке түрткі болады, сол әрекетті жасайды, сайып келгенде әлеуметтің қажетін ашады.

Ал бұл дискурста туындаған ақпарат тікелей әсер ететін факторлар, яғни кезінде дискурстың В.З. Демьянков көрсеткен элементтері: «Discourse — дискурс, произвольный фрагмент текста, состоящий более чем из одного предложения или независимой части предложения. ...Исходная структура для дискурса имеет вид последовательности элементарных пропозиций, связанных между собой логическими отношениями конъюнкции, дизъюнкции и т.п. Элементы дискурса: излагаемые события, их участники, перформативная информация и «не-события», т.е. а) обстоятельства, сопровождающие события; б) фон, поясняющий события; в) оценка участников событий; г) информация, соотносящая дискурс с событиями» [5].

Қазіргі кезде зерттеушілер институционалды дискурстың бірнеше түрін көрсетеді: саяси, әкімшілік, заң, әскери, педагогикалық, діни, мистикалық, ғылыми, іскери, жарнама, спорт, медицина, сахна дискурстары, т.б. Олар қоғамда өзіне тән ерекшеліктерімен ажыратылып, тілдік және тілдік емес шарттардың бірлігі ретінде зерттеліп жүр.

Бүгінгі күнде қоғамда үлкен мән берілетін, адамдардың көңіл-күйіне, материалдық жағдайына, тіліне әсер ететін әлеуметтік коммуникацияның бірі сән дискурсы, себебі белгілі бір сән, сән үлгісі, сәнді киіну кішкентай балалардан бастап, қарттарға дейін барлық әлеуметтік топ мүшелерін толғандырады десек, артық айтқандық емес. Бұл орайдағы ең қарапайым мысал — мектеп оқушыларының киіну үлгісі мен мемлекеттік қызметшілер киіміне қатысты дресс-код.

Аталған институционалды коммуникацияның өзара әрекеттесу (сөйлеу) үдерісінің өнімі арнайы шығарылатын, көпшілік және мақсатты аудиторияға арналған түрлі деңгейдегі сән журналдарындағы

(«Vogue», «Cosmopolitan», «Elle», «Glamour», «Harper's Bazaar», «Сымбат»), радио-телехабарлар («Модный приговор») немесе әлеуметтік мәселелерді көпшілікке жеткізуді мақсат ететін әрқилы БАҚ-тың («Парасат», «Қазақстан әйелдері», «Сноб») сән туралы арнайы қосымшаларындағы мақала, сұхбат, репортаж арқылы көрінеді.

Сән дискурсының интегративті сипаты мен қоғам дамуына, экономикасына ықпалын 2001 жылдан бері қазіргі экономика теориясында қолданылатын «Ерін далабының индексі», 2008-2009 жылдардағы жаһандық қаржылық дағдарыс кезінде пайда болған «Тоналды крем индексі» терминдері көрсетеді.

Дискурс атауындағы «сән» сөзінің мағынасын ашып көрелік.

Қазақ тіліндегі лексикографиялық деректерге сүйенсек: «Сән 1. Әдемі, жарасымды өң беріп, жайнатып жіберетін көрік. 2. Жарасым, салтанат» [6]. Сөздікте осы сөзден туындаған, эмоционалды-экспрессивті сипаты қарама-қарсы 15 сөз бен бірнеше тұрақты тіркес келтірілген. Олардың мағынасында қоғам өміріне қатысы, ықпалын көрсететін сема аса байқалмайды, тек қана «сән-салтанат, сән-салтанатты, сән-сәулет» сөздері материалдық жағдайы жақсы әлеуметтік топтың сипатын білдіре алады, яғни жалпы мазмұн басым. Бұл орайда «Қазақ мәдениетіндегі «сән» ұғымының қалыптасуы мен дамуының этномәдени сипаты» мақаласының авторлары [7] «сән» ұғымын ұлттық киімдер мен әшекей бұйымдарымен байланыстыра талдағанын айта кеткен жөн.

Ал С.И. Ожеговтің «Түсіндірме сөздігінде» «Мода — совокупность вкусов и взглядов господствующих в определенной среде, обычно недолгое время» деп анықталып, бірнеше мысал келтірілген. Олар адамның мінез-құлқы, іс-әрекеті, әдеті, киіміне қатысты қолданылатыны нақтыланған [8].

Ал бұл сөздің орыс тіліне енуі жөнінде Макс Фасмер: «**мода** впервые мода. Через нем. Mode (с XVII в., см. Шульц-Баслер 2, 126) или из фр. mode от лат. modus «мера (предмета); правило, предписание; образ, способ» [9], десе, ғалым Н.М. Шанский: «**Мода**. Заимств. в начале XVIII в. из фр. яз., где *mode* < лат. *modus* «манера» < «правило, мера», того же корня, что греч. *metron* «мера», готск. *mitan* «мерить». *Мода* буквально — «то, что умеренно, скромно» деп анықтайды [10]. Соңғы пікірлерде мода, яғни сән сөзі өлшем, ереже, мәнер деген ұғымдарды қамтыса да, әлеуметтік топтарға қатысты көрсетілмеген, алайда белгілі бір шектеу семасы байқалады.

Лексикографиялық анықтамаларды қорыта келгенде, сән сөзінің мағынасы «белгілі бір кезеңде адамның мінез-құлқы, жүріс-тұрысы, іс-әрекеті, әдеті, киімі, тұтынатын түрлі әшекей бұйымдарына қатысты жалпы ұстанымдарға сәйкес жарасым, әдемілік» деп анықтауға болады.

Сән үнемі өзгеріп тұратындықтан, әрқашан жаңа құбылыс боп саналады.

Сән жазылмаған заңдар мен қандай да бір топ нормаларын, басқаларға қалай қарап, өзін қалай ұстау керектігін өте нәзік түрде жеткізеді және одан ауытқу коммуникация барысына жағымсыз әсер етеді. Мәселен, адам белгілі бір жағдаятқа сәйкес киінбесе, ол келген орта бірден оған назар аударып, көбіне жақтырмай, сынап-мінеуі мүмкін, яғни әр тұлғаның киім киісі мен сөйлейтін сөзі дискурстық тұрғыда шектеледі. Демек, әр адамның өзі сәнді деп есептеген киімінің өзіне қоғамның әлеуметтік тұрғыдан ықпалы болатыны сөзсіз.

Сән — мәдениет өнімі, сондықтан әртүрлі мәдени және тарихи кезеңдегі адамдардың сәнге қатысты пікір-көзқарасы мүлдем қабыспауы да мүмкін. Мысалы, бұрынғы және қазіргі мектеп оқушыларының киім үлгісі, шаш қоюы, сәндік бұйымдарды қолдануын салыстырар болсақ, екіұдай күйде болатынымыз анық. Жоғары сынып оқушысының кекілі көзіне түсіп тұрған сурет сол уақыттағы сән контекстінде оғаш көрінбейтін, әр бала әдемі көрінімін деп ойлады әрі бұл сол кездің сәні болды, яғни сол уақытта қоғам қабылдаған әрі дұрыс деп тапқан норма болғандықтан, оған өзі де сеніп, өзгелерді де сендірген еді.

Сән және киім энциклопедиясының анықтамасына сәйкес, «сән» (франц. лат. modus — өлшем, сурет, әдіс, ереже, рецепт) киімге немесе өмірдің басқа саласына қатысты белгілі бір талғамның тез таралуымен және қысқа мерзімді үстемдігімен сипатталады. Сәннің басты ерекшелігі — оның жиі ауысуы. Кең мағынада «сән» термині мәдени құбылыстарды, оның ішінде адамзаттың қалыптасу процесінде қалыптасқан материалдық және рухани құндылықтарды білдіреді. Тар мағынада сән киім және аксессуар үлгілерінің өзгеруі болып табылады. Осылайша, сән тек сыртқы әлпет қана емес, сонымен қатар әлеуметтік дифференциация факторы болып табылады» [11; 160].

Бұл орайда саясаткерлерді еске алсақ та, жеткілікті. Олардың сән консультанттары киімді белгілі бір мағынаны беретіндей етіп мұқият таңдайды. Мысалы, таққан қызыл түсті галстук өзіне сенімділікті, ал қара түсті костюм күш-қайратын білдіреді. Саясаткерлердің киіну үлгісінің мақсаты

топтан ерекше болып тұру емес, басты мақсаты — сайлаушыға, қарсыласқа белгілі бір ойды жолдау. Олар бұл ойынның ережелерін жақсы біледі, яғни олар өз адресатының кімдер екенін, олардың нені күтетінін біледі де, жұмыс киімін кию арқылы тұрақты тұлға, болжамды тұлға, сипаттамаға сәйкес келетін адам болып көрінгісі келеді.

Біз жұмыста сән сөзінің тар мағынасын басшылыққа ала отырып, сән дискурсының құрамдас бөліктеріне, сонымен қатар, онда қолданылып жүрген тілдік бірліктерге назар аудармақпыз.

Сән дискурсында қолданылатын негізгі тілдік бірліктер коммуниканттарға (модельер, модель, сән саласындағы фотограф, журналист, зергер, блогер, қарапайым халық т.б.), ондағы әр алуан артефактілерге (киім, косметика, түрлі аксессуарлар) қатысты болады. Бұл дискурста жиі кездесетін стиль, гламур, винтаж, іскерлік стиль, ретро, рок, көше стилі, классикалық стиль т.б. тілдік бірліктер семантикасын жоғарыда аталған коммуниканттар бірізді түсіне бермейді.

Сән дискурсы — «бұл сән әлеміндегі адамдардың саналы шығармашылығының өнімі, ол киім элементтерін біріктірудің маңызды ережелерінің жиынтығын қамтиды» [12; 22]. Мода арқылы адамдар өздерін белгілі бір мәдени топтың мүшесі ретінде көрсете алады. Ал моданы деректі түрде көрсететін орын — киім, яғни «Ағаш көркі — жапырақ, адам көркі — шүберек», «Ит те киімге қарап үреді» деген мақалдар бекер айтылмаған.

Адамдар киім кию үлгісі арқылы қоршаған ортаға қандай да бір белгі беріп, дискурстың бір компоненті ретінде қатынасқа түсетінін сән индустриясында жұмыс істеп жүрген дизайнерлер мен фотографтардың сөзінен байқауға болады, себебі олар қандай да бір қоғам мүшелерінің киім киюі, аксессуарларды қолдануы белгілі бір оқиғаның, құбылыстың тікелей атрибуты екеніне өз тәжірибесінде үнемі куә боп отырады. Осы орайда «Harper's Bazaar» және «Vogue» журналдарының редакторы Diana Vreeland-тың сөзін еске түсірген артық болмайды: «Сән күнделікті ауаның бір бөлігі және әр уақытта болып жатқан оқиғалармен бірге өзгереді. Тіпті революцияның жақындағанын киімнен де көруге болады. Киімде бәрін көруге және сезуге болады» [13], мәселен, француз революциясы кезінде әйелдер үш түсті матадан тігілген юбка немесе революциялық кокардалардың тоғалары бар аяқ киім киді, ал ерлер саяси өзгерістерді қолдайтындықтарын білдіру үшін қызыл пальто, ақ шұлық және көк бриджи киген.

Қандай да бір қоғам үшін маңызды болғандықтан, сән дискурсында жиі қолданылатын сөздің бірі — стиль.

Стиль сөзі латынның «таяқша» (stylus) сөзінен шыққан. Бастапқыда «стиль» сөзінің мағынасы тек қарапайым жазу құралының атауына ғана қатысты болды, одан соң «жазу мәнері» деген ұғымда қолданыла бастады.

«Стиль» ұғымы эстетика, лингвистика, әдебиеттанудың жетекші ұғымдарының бірі болып табылады. Аталған термин ғылыми, әдеби үдеріс пен ауызекі сөйлеуде жиі қолданылатыны белгілі, бұл оның көп мағыналылығын, көп аспектілігін және қолдану аясының кеңдігін көрсетеді. Стиль ұғымы, жоғарыдағылардан басқа, өнертану, актерлік, музыка, хореография сияқты көркем шығармашылық салаларында, сондай-ақ спорт, сәулет, қолданбалы өнер және дизайнды қамтитын әр түрлі салаларда кеңінен қолданылады [14]. Осы салалардағы мәнер ұғымы уәж болып, бірте-бірте сән саласына киім кию мәнері ретінде ауысты.

Сән және стиль ұғымдары бір-бірін алмастыра алмайды, яғни сәнді, сәндегі зат, киім адамның даралық сипатына нұқсан келтіруі мүмкін. Стиль әр тұлғаның өзіндік ерекшелігін, болмысын ашатын киіну мәнері болса, сәнді қоғамның барлық мүшелері ұстанатын стандартты киіну деп түсіну керек.

Қазіргі сән барлығына бірдей әмбебап стильде болмағандықтан, қоғам мүшелерінің киіну мәнері текстиль, жеңіл өнеркәсіптің, сән индустриясының сан алуан сегменттерін туындатты, яғни тұтынушылардың жасы, жынысы, кәсібі, әлеуметтік өмірдің бар саласының ерекшеліктері, табиғат маусымдарының алмасуы сияқты факторлар стильдің кейбірінің қалың жұртшылыққа кеңінен таралуын қамтамасыз етсе, енді бір стильдің белгілі бір аумақпен, топпен шектеліп қалуына себеп болды.

Адам баласы күнделікті өмірде өздерінің айналысып жүрген қызығушылықтарына сай киінеді. Бір топқа тән киіну үлгісі сол топтағы адамдармен әлеуметтік ынтымақтасты нығайтып, өзге топтардан алшақтатуы әбден мүмкін. Киінген киімі сол топқа қатысы жоқ адам ретінде көрсетіп, қабылданып, адамды белгілі бір ортадан оқшаулауы да ықтимал.

Қоғамда әр киімнің өзіне тән мағынасы бар және уақыт өте келе оның мақсатты қолданысы өзгеріп, басқа қызмет атқара бастайды. Оған мысал ретінде спорттық стильдегі киімді алуға болады.

Бастапқыда белсенді спорт түрлеріне арналған киімді, содан кейін спорттық іс-шараларды көруге барғанда киілетін киімді атау үшін жұмсалған бұл термин араға біраз уақыт салып, күнделікті киімнің көп санатына қатысты қолданыла бастады және тәуліктің кез келген уақытында, кез келген іс-шараларда киілетін болды. Бүгінгі таңда «белсенді киім» («active wear») термині тек әркімнің спорт түрімен шұғылдануға арналған киімді атау үшін ғана емес, жалпы адамның өзін сергек, жинақы сезінуіне, дене сымбатын сақтағанын көрсетуіне мүмкіндік беретін, көп жағдайға ыңғайлы киімді атау үшін де жиі қолданылады. Көптеген зерттеушілер бұқаралық сипат алуына байланысты спорттық киімдерді америкалық дизайнның әлемдік киім үлгілеріне қосқан маңызды үлесі деп санайды. Ал бұрынғы кеңес мемлекеттерінде өткен ғасырдың тоқсаныншы жылдарында спорттық киімдер көбіне қылмыстық топтар арасында кеңінен қолданылып, қылмыстық топтың бір атрибуты ретінде танылды.

Стиль жеке сәйкестілік сезімін білдіру тәсілі ретінде ғана емес, сонымен қатар сәннен қашу стратегиясы ретінде де ұсынылады [15]. Сән қоғам мүшелерін киінудің белгілі стандарттарын ұстануға мәжбүр етеді, міндеттейді. Ал қоғамда қабылданған стандарттар бәріне бірдей сәйкес келе бермейді, мысалы, осыдан 7-8 жыл бұрын сәнде болған қызыл түсті спорт костюмін бойы, дене бітімі әртүрлі адамдардың киюін айтуға болады, яғни бойы қысқа, аяғы қисық жігіттерге мүлдем жараспайтыны байқалса да, олар сәннен қалғысы келмеген еді, алайда бұл — олардың өз стилі болмағанының дәлелі.

Қорытынды

Жалпы, сән қандай да бір мемлекет, белгілі сән мектебі, сән үйлерімен шектелмейді. Сән дизайнер, атақты адамдар, журналистер сияқты коммуниканттардың өзара қарым-қатынастары нәтижесінде пайда болып, жұрттың қабылдауына байланысты белгілі бір мағына ие бола бастайды. Қоғамда болып жатқан жайттарға байланысты сәннің тірі ағза іспетті өздігінен өзгеріп, дамып отыратын ерекшелігі бар. Киім жансыз бір зат, тек артефакт ретінде ғана қабылдана алмайды, яғни жеке адамның өзін қоғамға көрсету мақсатында дайындалғанмен, тұтас қоғамдағы стильді қалыптастырады, яғни кез келген институционалды дискурстың құрамдас бөлігі ретінде көрінеді.

Сән тұрақты түрде жаңашылдыққа, жарасымдылыққа, әдемілікке жаппай бұқаралық еліктеу, ұмтылу болғандықтан, сән дискурсы жеке адам мен қоғам арасындағы коммуникацияны сипаттауға, түсінуге, түсіндіруге мүмкіндік береді. Ал бұл тілдің лексикалық қорының толығына, жекелеген сөздер семантикасының өзгеруіне, жаңа қолданыстардың орнығуына әсер ететіні сөзсіз, сондықтан сән дискурсын қарастыру өзекті болмақ.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Арутюнова Н.Д. Лингвистический энциклопедический словарь / Н.Д. Арутюнова. — М.: Большая Российская энциклопедия, 1990. — 137 с.
- 2 Степанов Ю.С. Альтернативный мир, дискурс, факт и принцип причинности / Ю.С. Степанов // Язык и наука конца XX века. — М., 1995. — 34 с.
- 3 Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. — Волгоград: Перемена, 2002. — 477 с.
- 4 Сәбетқызы А. Әлеуметтік институт қызметінің басты мақсаты — тұрақтылыққа қол жеткізу [Электрондық ресурс] / А. Сәбетқызы. — Қол жеткізу режимі: <https://alashainasy.kz/aim/aleumettk-institu>.
- 5 Демьянков В.З. Словарь англо-русских терминов по прикладной лингвистике и автоматической переработке текста. — Вып. 2 / В.З. Демьянков. — М., 1982.
- 6 Қазақ тілінің түсіндірме сөздігі / Жалпы редакциясын басқарған Т. Жанұзақов. — Алматы: Дайк-Пресс, 2008. — 968 б.
- 7 Әлімтаева Л.Т. Қазақ мәдениетіндегі «сән» ұғымының қалыптасуы мен дамуының этномәдени сипаты / Л.Т. Әлімтаева, А.Б. Қабылбек // Еуразия ұлттық университетінің хабаршысы. Филология сериясы. — 2018. — №3 (171). — Б.67-74.
- 8 Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://slovarozhegova.ru/>.
- 9 Фасмер М. Этимологический словарь русского языка / М. Фасмер. — 4-е изд.; пер. с нем. и доп. О.Н. Трубачёва. — М., 2006.
- 10 Шанский Н.М. Этимологический словарь русского языка / Н.М. Шанский. — 3-е изд., испр. — М.: Дрофа, 2004.
- 11 Гофман А.Б. Мода и люди: новая теория моды и модного поведения / А.Б. Гофман. — М.: Наука, 1994. — С. 160.

12 Косицкая Ф.Л. Дискурс моды и его жанровая дифференциация / Ф.Л. Косицкая // Вестн. ТГПУ. — 2014. — Вып. 4. — С. 22–26.

13 Bateman K. Diana Vreeland Quotes to Live by this Summer [Electronic resource] / K. Bateman. — Access mode: <https://www.harpersbazaar.com/culture/features/a11029/diana-vreeland-quotes-summer/>.

14 Медведев В.Ю. Стиль и мода в дизайне: учеб. пос. / В.Ю. Медведев. — 2-е изд., испр. и доп. — СПб.: СПГУТД, 2005. — 256 с.

15 Horton, K. Just use what you have: Ethical fashion discourse and the feminization of responsibility / K. Horton, Lisa Adkins (Ed.). // *Australian Feminist Studies*. — Australia: Routledge, 2018. — Vol. 33. — Issue 98 — P. 515-529.

Д. Камзанов, А.С. Адилова, Б.С. Каукербекова

О дискурсе моды

Статья посвящена общей характеристике одного из институциональных дискурсов — дискурса моды. Наряду с изменением моральных норм и поведенческих стандартов взаимоотношений между индивидом и властью, индивидом и коллективом стало широко распространяться невербальное выражение индивидуальных черт обществу через одежду. В связи с этим в обществе возрастает значение дискурса моды. Человек через одежду показывает свою сущность окружающей среде. Мода является одним из многогранных явлений современной жизни, соответственно дискурс моды имеет сложный характер, переплетающийся с рекламным, педагогическим, научным, образовательным, искусствоведческим, историческим, со СМИ и др. В языковой репрезентации мира моды, которая служит для облегчения установления гармоничных отношений между людьми, часто используются слова «дискурс», «мода», «одежда», «стиль». В статье проанализировано употребление указанных выше языковых единиц.

Ключевые слова: дискурс, дискурс моды, коммуниканты, социальная дифференциация, одежда, мода, стиль.

D. Kamzanov, A.S. Adilova, B.S. Kaukerbekova

On fashion discourse

The article is devoted to the general characteristics of one of the institutional discourses — the discourse of fashion. Along with the change in moral norms and behavioral standards of the relationship between the individual and the authorities, the individual and the collective, the nonverbal expression of individual traits to society through clothing has become widespread. In this regard, the importance of fashion discourse in society is increasing. A person shows his essence to the environment through clothes. Fashion is one of the multifaceted phenomena of modern life; accordingly, the fashion discourse is complex, intertwined with advertising, pedagogical, scientific, educational, art history, historical, media and other discourses. In the linguistic representation of the fashion world, which serves to facilitate the establishment of harmonious relationships between people, the words “discourse”, “fashion”, “clothing”, and “style” are often used. The article analyzes the use of these linguistic units.

Key words: discourse, fashion discourse, communicants, social differentiation, clothing, fashion, style.

References

- 1 Arutjunova, N.D. (1990). *Lingvisticheskii entsiklopedicheskii slovar [Linguistic encyclopedic dictionary]*. Moscow: Bolshaia Rossiiskaia entsiklopediia [in Russian].
- 2 Stepanov, Yu.S. (1995). *Alternativnyi mir, diskurs, fakt i printsip prichinnosti [Alternative World, Discourse, Fact and the Principle of Causality]*. *Yazyk i nauka kontsa XX veka*. Moscow [in Russian].
- 3 Karasik, V.I. (2002). *Yazykovoï krug: lichnost, kontsepty, diskurs [Language circle: personality, concepts, discourse]*. Volgograd: Peremena [in Russian].
- 4 Sabetqyzy, A. *Aleumettik institut qyzmetining basty maqsaty — turaqtylyqqa qol zhetkizu [The main goal of the activity of the social institute is to achieve stability]*. Retrieved from <https://alashainasy.kz/aim/aleumettik-institu> [in Kazakh].
- 5 Demyankov, V.Z. (1982). *Slovar anglo-russkikh terminov po prikladnoi lingvistike i avtomaticheskoi pererabotke teksta [Dictionary of English-Russian terms for applied linguistics and automatic text processing]*. Moscow [in Russian].
- 6 Januzaqov, T. (Ed.). (2008). *Qazaq tilinin tusindirme sozdigi [Explanatory dictionary of the Kazakh language]*. Almaty, Dike-Press [in Kazakh].

- 7 Alimtayeva, L.T., Qabylbek, A.B. (2018). Qazaq madenietindegi «san» ugymynyn qalyptasuy men damuynyn etnomadeni sipaty [Ethno-cultural nature of the formation and development of the concept of “fashion” in Kazakh culture]. *Euraziia ulttyq universitetinin khabarshysy. Filologiya seriiasy — Bulletin of Eurasian national university. Philology Series*, 3 (171), 67-74 [in Kazakh].
- 8 Ozhegov, S.I. *Tolkovyi slovar russkogo yazyka [Explanatory dictionary of the Russian language]*. Retrieved from <https://slovarozhegova.ru/> Retrieved from <https://slovarozhegova.ru/> [in Russian].
- 9 Fasmer, M. (2006). *Etimologicheskii slovar russkogo yazyka [Fasmer M. Etymological Dictionary of the Russian Language]*. Moscow [in Russian].
- 10 Shansky, N.M. (2004). *Etimologicheskii slovar russkogo yazyka [Etymological Dictionary of the Russian Language]*. Moscow: Drofa [in Russian].
- 11 Gofman, A.B. (1994). *Moda i luidi: novaia teoriia mody i modnogo povedeniia [Fashion and people: a new theory of fashion and fashionable behavior]*. Moscow [in Russian].
- 12 Kositskaya, F.L. (2014). Diskurs mody i ego zhanrovaia differentsiatsiia [Fashion discourse and its genre differentiation]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta — Bulletin Tomsk State Pedagogical University, Issue 4*, 22–26 [in Russian].
- 13 Bateman, K. Diana Vreeland Quotes to Live by this Summer. Retrieved from <https://www.harpersbazaar.com/culture/features/a11029/diana-vreeland-quotes-summer/>
- 14 Medvedev, V.Yu. (2005). *Stil i moda v dizaine [Style and fashion in design]*. (2nd ed.). Saint-Petersburg: SPSUTD [in Russian].
- 15 Horton, K. (2018). Just use what you have: Ethical fashion discourse and the feminization of responsibility. Lisa Adkins (Ed.). *Australian Feminist Studies*, Vol. 33, Issue 98, 515-529. Australia: Routledge.

Information about authors

Kamzanov, D.K. — PhD Student, Karaganda Buketov University, Karaganda, Kazakhstan. E-mail: dauren.kr@inbox.ru.

Adilova, A.S. — Doctor of Philological Sciences, Professor, Karaganda Buketov University, Karaganda, Kazakhstan. E-mail: adilova2010@mail.ru.

Kaukerbekova, B.S. — Associate Professor, Karaganda Medical University, Karaganda, Kazakhstan. E-mail: KaukerbekovaB@qmu.kz.