

сле завершения игры можно предложить студентам написать диктант, закрепляя моторные навыки.

Разумеется, мы перечислили далеко не все возможные модули учебных игр на основе «Мемори». Каждый из приведенных вариантов игры можно расширить по желанию преподавателя и в соответствии с целями и задачами урока: попросить студентов подобрать слова, которые начинаются на определенную букву (1; 2); написать диктант (3; 5); составить рассказ на определенную тему (4).

Чтобы игра на занятии по РКИ прошла успешно, необходимо соблюсти некоторые требования к ее организации и проведению [1, с. 76]. Во-первых, игра должна служить для закрепления и повторения учебного материала. Нецелесообразно использовать игру для изучения нового материала, так как обучающиеся будут делать много ошибок, а это нарушит течение игры. Во-вторых, правила игры нужно формулировать лаконично и в то же время достаточно для создания игровой ситуации. В-третьих, игра должна иметь добровольный и спонтанный характер: у обучающихся должно быть желание участвовать в игре. Однако не следует играть слишком долго, до усталости. Наконец, игру не стоит проводить в самом начале урока. Ее место в середине или конце занятия.

Примечания

1. Гренарова Р. Применение игр на уроках русского языка // Русский язык как иностранный и методика его преподавания. XXI век / МГПУ. Ч. 1. М., 2007. С. 75–76.

2. Крючкова Л. С., Мощинская Н. В. Практическая методика обучения русскому языку как иностранному: учеб. пособие. 2-е изд. М.: Флинта: Наука, 2011. 228 с.

3. Кудрявцева Е. Л., Бубекова Л. Б., Тимофеева А. А., Буланов С. В. Современные игровые технологии в изучении и освоении языков // Русский язык за рубежом. 2015. № 3. С. 43–57.

УДК 008.001

*М. И. Ганьшина (г. Москва)
Лицей Национального исследовательского университета
«Высшая школа экономики»*

Концептуализация имени и бренда Габриэль Шанель в русской речевой культуре XX–XXI вв.

Целью исследования является реконструкция образа Коко Шанель в русской словесной практике XX–XXI вв., основанного на восприятии героини носителями речевой культуры. Описание вариантов рецепции представлений о Шанель в России позволяет выявить типичные и уникальные образы, мотивы, языковые средства воплощения ее портрета. Материал исследования составили Национальный корпус русского языка, интернет-узус и массовая литература.

Ключевые слова: амбивалентность, стереотипность, клишированность, китч, массовая культура, культурный герой, феминизм

1. Модная индустрия стремительно развивается, новые направления основываются на открытиях Г. Шанель, но отношение к образу модельера и к продукции модного дома Chanel нестатично. Амбивалентность имени (апология и ироническое отчуждение) нуждается в анализе. Так, двусторонность осмысления можно видеть в двух культовых текстах XX века: в романе М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита» (речь Геллы в модном магазине, восторженно воспринимаемая участницами шоу и иронически – организаторами розыгрыша) и в фильме Л. Гайдая «Бриллиантовая рука» (восхищенно-осуждающая реплика принадлежит сотруднику милиции, нюхающему записку контрабандистки).

2. Описание структуры образа культурного героя, механизмов героизации исторического лица, природы героизирующей персонажа массовой культуры привлекают внимание исследователей последние полвека. Связь между этими аспектами исследований основана на стремлении объяснить создание и развитие текстовой модели, позволяющей сохранить в сознании современников и передать потомкам память о человеке прошлого. На примере образа Г. Шанель предпринята попытка продемонстрировать аспекты функционирования такой модели, отраженные в речи и массовой литературе: прослеживаются переключки с традиционным житийным каноном, поэтизацией судеб деятелей XIX века (в частности, народников, героизированных советской традицией), трансформациями канона в описании героев массовой культуры (одна из параллелей – описанная К. И. Чуковским диада *Шерлок Холмс – Нат Пинкертон*), пионеров-героев. Методологическая база исследования основана на работах о культурном герое и массовой культуре Е. М. Мелетинского, Р. Барта, М. Найдорфа.

3. Из анализа отобранных в НКРЯ и интернет-коммуникации высказываний следует, что образ героини двойствен. Наименование «Шанель» в качестве знака особого дарования, отмеченности, носителя редкой способности используется одними авторами, другими употребляется как эмблема ушедшей эпохи или утратившее актуальность клише. Помимо тенденции к формированию и изживанию стереотипа, прослеживается развенчание образа Шанель: появляются негативные характеристики продукции, фиксируется сниженное использование имени и ироническое наименование как знак заведомо недостижимого уровня жизни, становящийся источником пародии. Ср. два разных иронических представления бренда: первое опирается на претекст, второе исходит из сложившегося стереотипа: (1) *...мы землю снутри перестроить сумели, / Зарылись в нее, словно в дзот, / И девушка наша в кокотной шанели / Подземной проходкой ползет.* [В. Строчков 2003]; (2) *Публичность Баволю <художнику> была вредна, беспощадно выдавая огрехи и скудость письма. Но это, похоже, никого не смущало. Ни женщин в маленьких черных платьях и в тяжелых серебряных украшениях. Ни*

женщин в алых платьях до полу и в тяжелых золотых украшениях. Ни мужчин в черных пиджачных парах. Ни мужчин в джинсах и замшевых пиджаках... Дамы в черном хвалили колорит и экспрессию. Дамы в красном громко удивлялись: «Ой, а это что? Смотри-смотри, какая у него голова!»... [М. Галина. Автохтоны. 2016].

Третий вариант снижения образа базируется на антитезе высокой репутации бренда и низовой практики применения продукции персонажем. Попытки покупателей показать стремление следовать моде приводят к росту спроса на поддельную продукцию, однако эти старания оцениваются как безвкусица или китч, ср.: (3) *На симферопольском базаре я купил пять похожих на золоченые гильзы флаконов французских духов «Шанель». Розочке едва хватало флакона на сутки [В. Слипечук. Зинзивер. 2001]; (4) *Одет, впрочем, симметрично, на ногах опорки без шнурков и носков, видна грязная кожа, мятые брючки (тут есть, правда, некоторая асимметрия – к одному колену прилип окурок, к другому – нет), пиджак жеваный, зато под ним сияет фиолетовая, хоть и мятая, но, видимо, шелковая футболка с вышитой на ней надписью: «Шанель № 5» [В. Попов. Свободное плавание // «Звезда», 2003].**

4. Образ героини амбивалентен: есть линия восхищенного подражания, возвеличивания и линия критического осмысления, ухода от пафоса. Однако китчевое осмысление таит потенциал к возрождению популярности, новому этапу положительно окрашенного массового интереса. Т. Адорно первым заговорил об амбивалентности китча, его возможности превращения в стиль; А. Моль – о тотальности китча, «о неизбежной участи каждого оригинального произведения превратиться в китч» [Мусянкова 2012].

5. Образ Шанель тесно связан с идеями прошлого столетия о женской эмансипации и феминизме. Новаторскими идеями (популяризация таких предметов одежды, как брюки, тельняшки, мужские костюмы, низкие каблукки), изобретениями (сумка 2.55, губная помада в выкручивающемся флаконе) модельер упростил гардероб женщин, создав более практичную, универсальную одежду и аксессуары. Обогащение женского гардероба элементами мужского привело к появлению стиля «унисекс». Нарушение четкого деления между мужской и женской одеждой – одна из философских и психологических черт стиля. Шанель – не только зачинатель новых модных направлений, но и основоположник этапа в жизни женщин: с нее, среди прочих, начинается процесс переосмысления роли женщины в обществе и законов развития культуры повседневности. Эта декларация освобождения и бунта оказалась полностью переосмыслена спустя сто лет: Шанель ассоциируется в речи современных носителей языка с респектабельностью и буржуазностью: (5) *Куршевельский рождественский культ – это звезды эстрады, гулянья на главной площади, реки шампанского «Дом Периньон», парад нарядов откутюр (даже лыжный костюм должен быть как минимум «Шанель») [Н. Бероева. Русская неделя в Куршевеле: от Прохорова до «Руки вверх!» // Комсомольская правда. 2012. 1 дек.].*

6. Систематизирование и комментирование представлений образа позволило выявить типичные и уникальные мотивы и языковые средства воплощения портрета Шанель в русской словесной культуре XX–XXI вв., продемонстрировать противоположные тенденции к осмыслению бренда. К **типичным** (независимым от времени) вариантам осмысления отнесены следующие: имя как знак богатства, престижа, избранности; как символ творческого импульса и независимости суждений; Шанель как основатель модного дома Chanel, французский модельер, оказавший влияние на европейскую моду XX века, на модную индустрию в России; как знак престижа, избранности. К **уникальным** (появившимся в конце XX века): имя Шанель как символ Европы (не только Франции), употребление наименования «Шанель» при указании на подделку или имитацию, для отсылки к недоступному стилю жизни (линия ведет к снижению и пародированию бренда). Выделены позитивные и негативные характеристики имени и бренда. **Позитивные**: Шанель как икона французского стиля, новатор, законодатель мод, основатель собственного направления, «помощница» женщин, пример волевой и сильной женщины; бренд: легкость, изысканность, роскошь, экстравагантность, необременительность, безупречность, гармоничность, простой крой и фасон, качественная ткань, строгость силуэта, лаконичность линий, элегантность, отсутствие вычурной отделки, монохромная гамма, матовая текстура. **Негативные**: потеря продукцией Шанель универсальности, дороговизна, тяжесть аромата «Шанель № 5», избирательность фасонов, избитость, непопулярность, устарелость, консерватизм.

7. Выявлены целевые установки авторов, упоминающих Шанель: просвещение читательниц, помощь в выборе ароматов, одежды, макияжа, причесок, ознакомление с трендами, формирование вкуса. Выявлены **отличительные черты** продукции Шанель, позволяющие реконструировать философию бренда: новизна, нестандартность (двухцветная обувь, юбка средней длины из немнущейся ткани, сочетание драгоценностей с бижутерией), удобство, практичность (сумка 2.55, тельняшка, мужской костюм, блузки без рукавов, женское белье), простота, универсальность (низкие каблуки, брюки), элегантность, изящество (твидовый костюм).

8. Обнаружено расхождение в понимании таких понятий, как свобода, простота, универсальность, современником и представителем прошлого столетия: трактовка мятежа и освобождения женщины уступила место представлению о бренде как знаке традиционности, состоятельности, классичности.

Примечания

1. Мусьянкова Н. Китч в изобразительном искусстве последней четверти XX века [Электронный ресурс] // Искусствознание. 2012. № 3–4. С. 564–591. URL: http://sias.ru/upload/2012_3-4_564-591-musankova.pdf (дата обращения: 18.08.2016).