

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ  
СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ «МОДА»  
(на материале русского и испанского языков)

Мода представляет собой не только историческое явление, но и феномен культуры, содержание которого определённым образом представлено в языке. Цель данного исследования состояла в определении содержательного наполнения концепта «Мода» в испанской и русской лингвокультурах.

Анализ дефиниций лексемы *moda* в русском и испанском языках позволяет утверждать, что данное явление в обеих лингвокультурах воспринимается как совокупность вкусов и предпочтений господствующих в обществе непродолжительное время. Однако в русской лингвокультуре одним из значений моды имеет значение привычки, какой-то склонности, потребности совершать те или иные действия, поступки. Данное значение имеет неодобрительную коннотацию и отсутствует в испанской лингвокультуре.

Общую зону поля обоих концептов образуют: словочетания с лексемой *moda*: быть в моде/*estar de moda*; лексические единицы, отражающие лицо, следующее моде или связано с ней профессионально: *el lechuguíño* «модник», *el árbitro de la moda* «законодатель моды», *el supermodelo*, *el cazatendencias* «кулхантер»; синонимический ряд лексемы *moda*: *novedad* (новизна), *tendencia* (тенденция); *gusto* (вкус); *popularidad* (популярность).

На основе выделения дифференциальных сем определяются следующие тематические группы: Стиль, Эпоха, Одежда, Аксессуары.

Наибольший интерес для исследования представляют собой лингвистические лакуны, выражающие предметы гардероба, являющиеся неотъемлемыми атрибутами испанской культуры: *el traje de luces* (блестательные одежды), *el traje de flamenco* (цыганский костюм); *la mantilla*, *la peineta*.

Для определения дальней периферии были проанализированы идиоматические выражения и цитаты на русском и испанском языках, включающих лексему *moda*. Данный анализ позволил выявить следующие оценочные признаки:

- 1) внешняя красота, желание поразить окружающих своим видом;
- 2) быстротечность модных тенденций;
- 3) мода как элемент подражания;
- 4) современность и популярность модных новинок;
- 5) подражание и зависимость вкусовых предпочтений от отдельных лиц.

Таким образом, рассмотренный нами материал позволяет заключить, что дальнюю периферию лингвокультурного концепта «Мода» составляют следующие понятия: «подражание», «непостоянство», «вынужденность», «массовость», которые в своем большинстве несут отрицательную коннотацию.

Суммируя вышеизложенные результаты, полученные в ходе анализа представляется возможным заключить, что концепт «Мода» является значимым для русской и испанской лингвокультурах; в основе концепта лежит система установок и поведенческих реакций.