

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

<i>Н.Н. Трошина.</i> Мода и коммуникативные практики лингвокультурного сообщества.....	5
--	---

I. ЯЗЫКОВАЯ МОДА И СОЦИАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ

<i>И.А. Гусейнова.</i> Мода на язык как способ реализации стратегии «мягкой силы» в условиях современных геополитических изменений	28
<i>Г.М. Фадеева.</i> Понятие и дискурс «Heimat»: Мода или потребность в эпоху глобализации?.....	49
<i>М.Б. Раренко.</i> Сленг как признак социальной принадлежности ...	64
<i>Е.В. Соколова.</i> «Мода» и «аромат» в «Парфюмере»: Х.Дж. Риндисбахер о романе П. Зюскинда и учении Г. Йегера	75

II. ДИСКУРС И МОДА

<i>В.А. Пищальникова, Н.С. Панарина.</i> Модное прецедентное имя / текст: Причины появления и специфика функционирования.....	87
<i>Е.О. Опарина.</i> «Модные» слова в рекламе: Слово – концепт – дискурс: (На примере англоязычных заимствований в русскоязычных рекламных анонсах).....	96

<i>В.И. Карасик.</i> Дискурсивная мода в мемуарном тексте.....	108
<i>М.Л. Ковшова.</i> Костюмные образы в русских пословицах, поговорках и загадках: О нарядном и модном.....	121

III. НАУЧНЫЕ ПАРАДИГМЫ И «МОДА»

<i>М.В. Томская.</i> Изучение гендера как проявление «исследовательской моды» в российском языкознании	146
Сведения об авторах	164

ВВЕДЕНИЕ

Н.Н. Трошина

МОДА И КОММУНИКАТИВНЫЕ ПРАКТИКИ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО СООБЩЕСТВА

Аннотация. Мода рассматривается как один из видов коммуникативных практик, обусловленный особенностями культурной парадигмы и стилевой системы лингвокультурного сообщества. Анализируются изменения в традиционной схеме формирования речевой моды в связи со сменой в направлении передачи культурных образцов и смешением жизненных стилей различных социальных групп.

Ключевые слова: лингвокультурное сообщество; стиль жизни; стилевая система культуры; культурная парадигма; языковая личность; дискурсивная / языковая компетенция; речевое поведение; криминализация общественного сознания; девербализация общества; жаргонизация русского языка.

N. Troshina

Fashion and communicative practices of the linguistic and cultural community

Abstract. Fashion is considered as one of the communication practice types, due to the peculiarities of cultural paradigm and stylistic system of a cultural community. The paper examines the changes in the traditional scheme of speech fashion formation in connection with the change in the direction of the transmission of cultural patterns and mix of life styles of various social groups.

Keywords: cultural community; life style; cultural stylistic system; cultural paradigm; language identity; discursive / linguistic competence; speech behavior; criminalization of social consciousness, deverbalization of the society; jargon penetration in the Russian language.

«Мода – одна из знаковых систем, посредством которой происходит межличностная и межгрупповая коммуникация» (А.Б. Гофман)
[Гофман, 2007, с. 1347].

Из приведенного эпиграфа к статье следует, что в ней феномен моды рассматривается как отражающий социокультурную динамику развития общества и участвующий в коммуникативных процессах в нем, поскольку существование культурных сообществ без коммуникации невозможно: «Только благодаря тому, что индивид общается с другими членами своей группы, он становится частью коллектива» [Hansen, 2008, S. 16]¹ (перевод здесь и далее мой. – *Н. Т.*). Под общением понимается взаимодействие членов коллектива с помощью различных семиотических систем и, в первую очередь, с помощью естественного языка: «Язык, культура и общество связаны друг с другом процессами коммуникации» [Linke, 2008, S. 46].

А. Линке подчеркивает взаимосвязь этих понятий, используя следующие термины: «языковленность культуры» (*Sprachlichkeit der Kultur*), «культурная обусловленность языка» (*Kulturalität von Sprache*), «коммуникативная обусловленность культуры» (*Kommunikationsgeprägtheit von Kultur*) и «культурная обусловленность коммуникации» (*Kulturgeprägtheit von Kommunikation*) [Linke, 2008, S. 24–46]. Учитывая тесную взаимосвязь этих понятий, будем использовать в настоящей статье термин «лингвокультурное сообщество». Коммуникативные практики как деятельность в любой сфере подвержены моде, т.е. периодически меняющимся образцам культуры и массового поведения в различных областях человеческой деятельности [Гофман, 2007, с. 1346].

Понятие моды связывается, в первую очередь, как правило, с миром вещей – одеждой и бытом. Именно как «относительно быстрое и всеохватывающее изменение внешних форм быта и предметного окружения» [Кузнецова, 2004, с. 148] мода возникла в Европе приблизительно в XIV в. «В России сама мода как явление может быть зафиксирована уже в XIV–XVII вв., и само слово “мода” в русский язык пришло в XVII веке. В эпоху Петра оно озна-

¹ См. о понятии обобществления, или социализации (*Vergesellschaftung*), введенном Г. Зиммелем: [Гурова, электрон. ресурс]. – *Прим. авт.*

чало “образец”, “манер”. В этом значении оно утвердилось во второй половине XVIII века, что подтверждает возникшая в то время поговорка: “То не грешно, что в моду вошло”» [Кузнецова, 2004, с. 148]. Как справедливо отмечает культуролог Л.Г. Ионин, «мода – это не только то, что продается, условно говоря, в отделе игрушек для взрослых (одежда, песни, диеты...), но и то, что относится к вещам современным и абсолютно серьезным и даже судьбоносным. мода может быть в бизнесе, в менеджменте, в политике и даже в науке» [Ионин, 2014, с. 33]. В настоящей статье, как и в других статьях данного сборника, понятие моды используется именно в этом смысле, т.е. как феномен, который способен оставить глубокий и культурно-значимый след в самых различных областях человеческой жизни, несмотря на определенные хронологические рамки своего проявления.

Со временем роль моды и в обществе, ее влияние на различные сферы жизни человека, на его духовную сферу, его поведение, в том числе и речевое, усиливалось, так что стало возможным говорить о «тирании моды». Значение слова «мода» иллюстрируется в книге И. Осиновской «Поэтика моды» [Осиновская, 2016] с помощью следующих двух высказываний: «Это платье теперь в моде» и «Надо следовать моде». В первом случае речь идет о наборе определенных свойств, носящих ситуативный, сиюминутный характер. Во втором высказывании «мода выступает как неизменный принцип, как догма, как закон, как императив. И обе эти ипостаси моды по-своему коррелируют с понятием времени» [Осиновская, 2016, с. 11–12].

Условием для существования моды является динамичность и социальная дифференцированность общества, при которой у его членов имеется возможность выбора, т.е. смены своей социальной принадлежности. Это в свою очередь сопровождается адаптацией человека к новым культурным и поведенческим стандартам. Таким образом, индивид является той «точкой», в которой пересекаются индивидуально-личностные и социокультурные ценности, определяющие социальное и речевое поведение индивида, т.е. осознанные и неосознанные коммуникативные поступки, характеризующие его стиль жизни / жизненный стиль. Понятие «стиль жизни» (*Lebensführung*) ввел Макс Вебер, разрабатывая свою теорию стратификации общества: «Стиль жизни отражает, по его (Макса Вебера. – *Н. Т.*) мнению, особенности субкультуры статусных групп, проявляющиеся в наборе черт, принципов, навыков поведения, на

основе которых воздаются почести на уровне общества в целом, а также происходит дистанцирование статусных групп. Стиль жизни, реализующийся в социальных практиках, выступает, таким образом, в роли инструмента, приписывающего индивиду социальный статус, обозначающий его причастность к группе» [Глуших, 2006, электрон. ресурс; см. также: Карасик, 2002].

Акцент на речевом поведении человека позволяет говорить о нем как о языковой личности, т.е. как о «человеке, существующем в языковом пространстве – в общении, в стереотипах поведения, зафиксированных в языке, в значениях языковых единиц и смыслах текстов» [Карасик, 2002, с. 8]¹. Языковая личность является носителем языкового сознания – «коллективного и индивидуального активного отражения опыта, зафиксированного в языковой семантике» [Карасик, 2002 а, с. 100] и формирующего его языковую компетенцию, т.е. знание языка [Словарь социолингвистических терминов, 2006]. Следует, однако, отметить, что реальное речевое поведение человека определяется не только его языковой, но и дискурсивной компетенцией, т.е. знанием социокультурных стандартов вербального общения в соответствующих сферах коммуникации, а также их языковой культурой. Такая комплексная компетенция выражена в различной степени у различных членов лингвокультурного сообщества, что обуславливает языковую гетерогенность речевых практик [Bierwisch, 1976, S. 41, цит. по: Крысин, 2008, с. 77].

Наличие в обществе различных культурных слоев и социальных групп обуславливает формирование различных стилей жизни людей, входящих в эти слои и группы. В свою очередь приверженность определенному стилю жизни предьявляет некоторые специфические требования к поведению человека и следование им определенным культурным образцам. Мода создает и поддерживает и разнообразие, и единообразие таких образцов, реализуя двойственную потребность человека: отличаться от других и быть похожим на других. Таким образом, мода выполняет две важные функции:

1) демаркационную – «обозначение социально-групповых различий посредством приверженности определенным модным стандартам. Это обозначение фиксирует одновременно принад-

¹ Понятие языковой личности введено Ю.Н. Карауловым [Караулов, 1987]. – *Прим. авт.*

лежность к одним группам и отличие (отсутствие принадлежности) – от других» [Гофман, 2000, с. 158];

2) нивелирующую – «размывание социально-групповых отличительных признаков вследствие того, что особенности отдельных социальных групп, некоторые их специфические культурные образцы постепенно становятся всеобщим достоянием» [там же, с. 158]. Такая ситуация складывается из-за склонности человека к подражанию, которое является, по мнению О.Н. Филатовой, не стороной моды, а ее механизмом [Филатова, 2015].

Кроме этих двух функций мода выполняет также функции социализации (приобщения индивида к социальному и культурному опыту), престижности (повышения / понижения престижа тех или иных явлений, ценностей, культурных образцов и т.д.) и функцию психофизиологической разрядки (противодействия монотонности жизни) [Гофман, 2000].

Изначально специфические культурные образцы могут стать со временем всеобщим достоянием, т.е. приобрести статус нормативных, из чего следует, что мода проходит некоторые этапы в своем становлении. Известный американский социолог и социальный психолог Герберг Блумер выделял две фазы в формировании и распространении моды – инновацию и коллективный отбор, в результате которого социально одобренный образец становился общепринятой нормой [Blumer, 1969]. Российский культуролог А.Б. Гофман, рассматривающий моду с позиций теории коммуникации, использует для характеристики этого межличностного и межгруппового коммуникативного процесса следующие понятия: 1) «производители» (создают модные стандарты и объекты); 2) «потребители» (используют созданные стандарты и объекты в соответствии со своим жизненным стилем); 3) «распространители» (передают созданные модные стандарты и объекты «потребителям»). В течение долгого времени эта коммуникация была основана на иерархическом принципе: «производители» (социальная элита) воспитывала «потребителя» (другие классы), будучи для них неким социокультурным стилевым эталоном. Сегодня же эта иерархия нередко оказывается перевернутой: «Теперь ориентиром в моде могут становиться и часто становятся (1) элементы культуры «низших» классов, (2) стилистические особенности жизни некоторых профессиональных групп (военные, спецслужбы), (3) элементы культуры фанатов музыкальных групп или стилей (хеви метал), или даже вообще фанатов (футбольных, например), (4) культура

национальных меньшинств, (5) культура возрастных групп (как правило, речь идет о молодежной субкультуре), (6) образ жизни маргинальных асоциальных групп – криминал, бродяги (бомжи), наркоманы и т.д.» [Ионин, 2014, с. 38]. Очевидно, что в этом перечне названы субкультуры с их особым стилем жизни. Л.Г. Ионин дает следующее определение субкультуры: «Субкультуры, в самом широком смысле, – это группы, имеющие специфические ценности, модели поведения, вещный мир, язык, которые отличают их от других индивидов и групп в составе общей, или охватывающей, культуры» [там же, с. 39]. Обращает на себя внимание усиление влияния субкультур, исключенных из нормального общественного процесса, на моду в современном обществе [там же, с. 41], что способствует криминализации общественного сознания и отражается в языке и речевых практиках.

Активное участие в процессе передачи культурных образцов «снизу вверх», чем сегодняшняя мода отличается от описанного Гербертом Спенсером механизма «просачивания вниз», принимает «средний, или “креативный” класс, который, собственно, и формирует содержание моды, указывает ее направление и тенденции. Высший класс остается в некотором смысле невидимым, пока креативный класс не сформирует его идеальные и материальные маркеры» [там же, с. 41], т.е. стиль его жизни, говорящий о социальном статусе членов этой социальной группы.

Под социальным статусом В.И. Карасик, автор монографии, посвященной языковому проявлению статусных отношений, понимает «соотносительное положение человека в социальной системе, включающее права и обязанности и вытекающие отсюда взаимные ожидания поведения. При этом личностные характеристики человека отступают на второй план». [Карасик, 2002]. Поскольку эти ожидания распространяются и на речевое поведение человека, высказывание «Он говорит, как мы» равносильно утверждению «Он – один из наших» [Сепир, 1993, с. 232, цит. по: Беликов, Крысин, 2001, с. 190]. Таким образом, можно заключить, что языковая компетенция является одним из маркеров социального статуса, а языковой стиль – механизмом формирования дискурсивной компетенции.

В настоящее время этот маркер является объектом интереса социолингвистов и дискурсологов, так как он связан с более общей проблемой социальной дифференциации языка. В социолингвистике различаются два подхода к этой проблеме, которые кратко

охарактеризованы в цитированной выше книге В.И. Беликова и Л.П. Крысина «Социоллингвистика»: 1) традиционный, опирающийся лишь на социальную стратификацию общества, обслуживаемого данным языком; этот подход дает статическую картину социального расслоения данного языка на подсистемы вне зависимости от условий и характера их функционирования; 2) новый, учитывающий как собственно социальные, так и ситуативные и стилистические параметры общения, а также статусные и ролевые характеристики его участников; этот подход выявляет социальную дифференциацию языка в динамике его функционирования. Наиболее существенное влияние на использование языка оказывают такие динамические социальные факторы, как социальная роль коммуникантов и их вхождение в малые социальные группы [Беликов, Крысин, 2001]. Члены таких групп могут быть пространственно рассеяны, так, например, обширное интернет-сообщество подразделяется на несколько субкультур:

1) компьютерщиков – людей, для которых работа с компьютерами и информационными технологиями является их профессией (программисты, системные администраторы, хакеры и др.); 2) падонков – «первоначально посетителей сайтов fuck.ru, udaff.com и идейно близких к ним, а также их последователей, демонстративно и определенным образом нарушающих различные языковые и культурные правила» [Словарь языка Интернета, 2016, с. 259]; 3) кашенитов – «участников эхоконференции SU.KASCHENKO. LOCAL сети Фидонет и их последователей, любителей сетевых провокаций, имитирующих поведение сумасшедших и типичный еврейский акцент» [там же, с. 254]; 4) граммар-наци – «борцов за грамотность в Интернете, активно указывающих на чужие ошибки и исправляющие их» [там же, с. 248] и т.д.

Очевидно, что смена социокультурных параметров речевых практик, свидетельствующая о смене жизненных стилей различных социальных групп (прежде всего, малых), свидетельствует также и о динамике группового поведения людей и, следовательно, о динамике вербальной коммуникации в лингвокультурном сообществе. С лингвистической точки зрения в этом плане важным фактором является речевая гомогенность групп / субкультур, т.е. отсутствие отличий в речевой манере у членов группы и, особенно, использование ими языковых знаков в «символьной функции», в частности с изменением семантики: «...определенные языковые

единицы – слова, обороты, синтаксические конструкции – наряду с номинативной и коммуникативной функциями приобретают свойства символа принадлежности говорящего к данной группе. Слова, манера произношения, интонации, играющие роль групповых символов, служат индикаторами, по которым опознается “свой”; напротив, человек, не владеющий подобной манерой речи, определяется членами группы как “чужак”» [Крысин, 2008, с. 84–85]. Приведем пример из модного сегодня жаргона активных интернет-пользователей: *баян* в значении «устаревшая шутка» или «информация, повторенная несколько раз» [Словарь языка Интернета, 2016, с. 19], *британские ученые* в значении «научное сообщество, занимающееся абсурдными и бесполезными исследованиями» [там же, с. 22], *хомячок* в значении «человек, которым легко манипулировать в Интернете, фанатичный бездумный поклонник идеи или известной личности» [там же, с. 159]. Поскольку сегодня тон в моде задают люди, профессионально связанные с высокими технологиями, их речевая практика становится модной.

Речевое поведение человека и целых социальных групп, прежде всего в публичной сфере в значительной степени определяется стилевой системой культуры, преобладающей в данном обществе, т.е. «типом организации субъектности в рамках данного культурного целого, детерминированным социально-исторической основой его бытия» [Устюгова, 2006, с. 192]. Основным в такой трактовке стилевой модели культуры является субъект / индивид и степень его подчиненности определенной системе коммуникативных правил. «Стилевая система выражает меру смысловой альтернативности, присущей определенному типу культуры, ее диалогичности, указывающей на субъектов диалога, общение которых обеспечивается стилевой самоорганизацией культуры» [Устюгова, 2006, с. 193]. В общении субъектов в рамках данной культуры выявляется, какой степенью коммуникативной свободы они реально располагают, т.е. насколько они свободны в следовании своим ценностям и в возможности (в том числе и вербальной) продемонстрировать их окружающим. В монографии Л.Г. Ионина «Социология культуры» [Ионин, 1996] доказывается, что именно степень заданности стиливых параметров общения определяет степень коммуникативной свободы членов культурного сообщества во всех сферах его жизни. К этому же выводу приходит и Н.Б. Бакач в диссертации «Культурная парадигма как объект социально-

философского анализа», в которой стиль трактуется как «определенная предустановленность» всех аспектов жизни людей, живущих в одну эпоху [Бакач, 1998, с. 11]. Отметим справедливость замечания Т.В. Кузнецовой, что стилевой механизм изменения жизни людей может рассматриваться как «основной структурно-типологический критерий моды» [Кузнецова, 2004, с. 148].

Понятие степени коммуникативной свободы тесно связано с понятиями моно- и полистилизма и с понятием культурной парадигмы.

О моностилистическом характере культуры можно говорить в том случае, если ее элементы обладают и связностью и активно разделяются либо пассивно принимаются всеми членами общества. Такая культурная схема предписывает универсальную модель интерпретации всех общественных феноменов, исключает определенные феномены из поля зрения членов общества как неаутентичные для данной культуры. Другие феномены она предписывает воспринимать как чуждые и подает их упрощенно, чтобы они были «понятны» членам общества. «Такие культурные системы служат схемой интерпретации всех событий и фактов человеческой истории и одновременно инструментом легитимации существующего социального порядка» [Ионин, 1996, с. 181–182]. Для моностилистической культуры характерна строгая иерархия жанровых и стилистических норм коммуникации во всех сферах жизни общества, требование их неукоснительного соблюдения всеми членами лингвокультурного сообщества.

Полистилистическая культура формируется вследствие экономической дифференциации общества, появления в нем различных субкультур, каждая из которых обладает своими образцами поведения, символами, ценностями, нормами и равными правами с другими субкультурами [Дубинина, 2012], т.е. «полистилизм характеризует разобщенную и специализированную ментальность современного общества» [там же, с. 84], что, в частности, проявляется в следовании требованиям различных видов моды. Изменения в сфере моды особенно очевидны и остро переживаются членами общества при смене стилевой системы культуры. Следует, однако, отметить, что разделение культур на моно- и полистилистические не означает их жесткого противопоставления, так как в реальности речь может идти лишь о превалировании какого-либо типа на данном хронологическом этапе в жизни данного культурного сообщества [Troschina, 1995].

Понятие стилевой системы культуры во многом совпадает с понятием культурной парадигмы, поскольку в последней также присутствуют параметры, определяющие стилевое основание культуры. Определение культурной парадигмы приводится в цитированном выше диссертационном исследовании Н.Б. Бакач: «Культурная парадигма – это культурный код, определяющий мировосприятие, мышление и поведение людей; ведущий способ бытия, языка и материального мира» [Бакач, 1998, с. 10–11]. Выделяются следующие структурные элементы культурной парадигмы:

«1. Субъект – творец и носитель культурной парадигмы. Это конкретные люди, объединенные общей социокультурной эпохой, одним временем, в котором они живут и осуществляют свою культуротворческую деятельность.

2. Общность жизни, судьбы, культурно-исторической миссии данного субъекта, которые находят свое выражение в ведущем типе отношений при решении общих смысложизненных задач.

3. Наличие общей социокультурной эмоции, общего жизненного настроения.

4. Самосознание субъекта культурной парадигмы, связанное с обретением самоидентичности, истинных смыслов своего социокультурного бытия.

5. Особая ценностная иерархия, система значимостей базовых ценностей для решения жизненных задач субъекта культурной парадигмы.

6. “Духовные лидеры” эпохи, так называемые великие люди своего времени, процесс самоидентификации которых изоморфен такому процессу в отношении всей эпохи. Это люди, которые дают эпохе возможность осознания себя, дают слова для самоназвания эпохи, формулируют и декларируют те смысложизненные задачи, способы решения которых являются стержнем культурной парадигмы.

7. Культурный герой эпохи – не столько реальный живой человек, именующий собой эпоху, сколько образ-идеал, выступающий для эпохи образцом стиля жизни.

8. Единый, общий для всей эпохи символический ряд – набор “паролей” эпохи, набор ключевых слов и вещей, общий тип семиотических отношений.

9. Парадигмальные (прецедентные, или репрезентативные) тексты, выступающие ведущим мифом эпохи» [там же, с. 11–12].

В этом перечне отражены характеристики социокультурной ситуации, определяющие модные особенности речи в данном лингвокультурном сообществе в данное время, т.е. феномен моды латентно присутствует во всех девяти структурных элементах культурной парадигмы. Содержание восьмого и девятого элементов, подчеркивающих значимость языкового воплощения культурной парадигмы, предполагает не только анализ главных лозунгов эпохи и ее ключевых слов, но и учет того, какие типы смыслов выводятся на первый план общения, как они вербализуются и воспринимаются членами общества в плане соответствия / несоответствия языковой норме. В связи с этим важно, какая норма оказывается актуальной для данного лингвокультурного сообщества в данное время, какие явления в речевой практике постепенно получают статус нормативных в данной социокультурной ситуации.

В течение долгого времени во многих лингвистических исследованиях единая литературная норма трактовалась как нечто неизблемое. Это, однако, противоречит сегодняшней языковой ситуации, да и едва ли соответствовало реальной языковой ситуации прежних десятилетий, что было подтверждено на материале русского языка исследованиями О.А. Лаптевой [Лаптева, 1976] и В.А. Белошапковой [Белошапкина, 1977]. Эти исследования показали, что норма существует не только для литературного языка, но и для разговорного, однако для него норма узальна и проявляется менее жестко [Сиротина, 2003; Карасик, 2010].

Сегодня дестабилизация литературной нормы под воздействием новых социокультурных перемен эпохи глобализации ощущается всеми и вызывает опасение не только филологов (хотя многие из них и полагают, что русский язык преодолет все временные крайности речевой практики и сохранит только действительно важные инновации), но и широкой общественности.

Однако в этих жарких спорах по поводу «новомодных» изменений языковой нормы далеко не всегда четко определяется исходное понятие культуры, с которым связаны также понятия языковой культуры и языковой нормы. Не уточняется, вкладывается ли в понятие культуры оценочный компонент (тогда речь идет о высокой культуре) или культура понимается как некая система правил и норм, принятых в данном социуме (тогда речь может идти, например, о студенческой культуре или даже о культуре преступного мира). С этим различием в трактовке культуры связаны два подхода к литературному языку: как к культурно-ценностному

феномену или же как к инструментальному. В первом случае акцентируется роль художественной литературы в формировании языковой нормы как идеала, к которому следует стремиться в речевой практике. Если же язык трактуется, прежде всего, как инструмент общения, то подчеркивается роль речевой практики людей, «отвечающих определенным социальным критериям в общественно значимых сферах общения» [Германова, 2016, с. 10]. Соответственно, различаются деонтическая (кодифицированная) модальность и алетическая (узуальная) модальность языковой нормы и, соответственно, деонтическая и алетическая трактовка литературного языка. Последнюю можно назвать «социологической», поскольку в основу определения границ литературного языка кладутся не лингвистические характеристики языка, а социальные параметры его носителей и сфера его употребления» [там же, с. 26]. Для отечественной лингвистики более традиционна деонтическая трактовка литературного языка, характерная для прескриптивного подхода к языку и поэтому преобладающая в работах по культуре речи, где норма понимается как образец для речевой деятельности. Алетическая же трактовка литературного языка характерна для дескриптивной лингвистики, которая видит свои задачи исключительно в сборе и описании языковых фактов (см. об этом подробнее в: [Трошина, 2014; Trabold, 1993]).

Естественно, что в такой ситуации интенсифицировались исследования социокультурных причин дестабилизации культуры вообще. Данные этих исследований были использованы социолингвистами, занимающимися проблемой дестабилизации языковой нормы. Так, В.И. Беликов [Беликов, 2007] строит свою теорию дестабилизации языковой нормы на основе теории культурного взаимодействия поколений, разработанной американским антропологом М. Мид [Мид, 1988], которая различает три механизма межпоколенной трансляции культуры: постфигуративный, кофигуративный и префигуративный.

1. Постфигуративный способ передачи культуры характерен для традиционного общества и предполагает трансляцию знаний, опыта и ценностей от старших поколений к младшим. Инновации происходят очень медленно и не одобряются. Именно так человечество жило на протяжении многих тысячелетий.

2. Кофигуративный способ передачи культуры, при котором новое знание передается в пределах поколения и начинает цениться опыт, не освященный вековой традицией, сформировался в

XVIII в. в Европе Нового времени в связи с промышленной революцией. Сама идея о возможности создания чего-то принципиально нового пришла из материальной сферы в культуру. Постепенно утвердилось понимание того, что создание нового не только возможно, но и необходимо. Инертное большинство стало меньшинством.

3. При префигуративном способе обновления культуры создателем новых знаний, опыта и ценностей становится молодежь. Новые элементы культуры передаются от младших к старшим, причем доля такого нового в общем массиве культуры растет.

В.И. Беликов подчеркивает, что этот способ передачи вновь возникших культурных феноменов впервые оказывается серьезно задействованным в ходе информационной революции [Беликов, 2007].

Проанализировав с учетом концепции М. Мид социокультурную и языковую ситуацию в современной России, В.И. Беликов приходит к выводу, что важнейшими процессами, ведущими к расшатыванию единой русскоязычной нормы, являются следующие: 1) культурно-языковой разрыв между поколениями как следствие интенсификации кофигуративного и включение префигуративного механизмов передачи культуры; 2) распад СССР и последующее относительно независимое развитие русского языка в разных государствах; 3) интенсификация индивидуальных и общественных связей территориально разобщенных носителей языка, в связи с чем проявилась большая публичность давно существовавших, но малоизвестных различий в нормативном языке различных регионов; 4) снижение контроля за качеством публичных текстов, как устных, так и письменных.

Межпоколенческие языковые различия являются частным выражением культурных различий. Ранее новые культурные феномены становились достоянием всего общества, сейчас ситуация изменилась: в старшие возрастные когорты новые специфически молодежные культурные феномены просто не попадают и остаются неизвестными. Межпоколенческий разрыв в культуре (и в языке, в частности) будет увеличиваться [Беликов, 2007] (см. также: [Трошина, 2010]).

Отметим, что поколенческий фактор сегодня все чаще признается весьма важным в плане языковых изменений, хотя категория «поколение» еще не введена в понятийный аппарат социолингвистического анализа. Э. Нойланд [Neuland, 2013] подчеркивает,