

*Чаплыгина Татьяна Сергеевна*  
*студентка 1 магистратуры, направление «Теоретическая и прикладная*  
*лингвистика»*  
*Северо-Кавказский федеральный университет,*  
*Россия, г. Ставрополь*  
*e-mail: tatyanachaplyginaemail@gmail.com*

## **ОТКРЫТОСТЬ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОГО УРОВНЯ ДИСКУРСА МОДЫ КАК ЕГО ТИПОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА**

*Аннотация:* В данной статье рассматривается открытость лексико-семантического уровня дискурса моды как один из конституирующих признаков данного типа институционального дискурса. Открытость заключается, прежде всего, в наличии и функционировании заимствований как элементов открытой лексической системы.

**Ключевые слова:** дискурс моды, язык моды, фэшн-индустрия, коммуникативный потенциал, глобализация, заимствования.

*Chaplygina Tatyana Sergeevna*  
*1st year master student*  
*Direction “Theoretical and applied linguistics”*  
*North-Caucasus Federal University,*  
*Russia, Stavropol*

## **THE OPENNESS OF THE LEXICAL-SEMANTIC LEVEL OF THE DISCOURSE OF FASHION AS ITS TYPOLOGICAL CHARACTERISTICS**

*Abstract:* The article deals with the openness of lexico-semantic level of fashion discourse as one of the constitutive features of this type of institutional discourse. Openness consists, first of all, in the presence and functioning of borrowings as elements of an open lexical system.

**Key words:** discourse of fashion the language of fashion, the fashion industry, the communicative potential, globalization, borrowings.

Любая из специальных сфер деятельности человека, характерных для сложной структуры современного общества, обслуживается языком, и без общения людей не может существовать и нормально функционировать. Язык фэшн-индустрии является средством общения людей, будучи средством усвоения и передачи информации.

В настоящее время всемирная глобализация затрагивает многие сферы человеческой деятельности, в том числе и язык, как основной инструмент коммуникации. Доказательством этому является проблема непрерывного притока заимствований в различные языки. Исследование вопроса заимствований является одной из наиболее актуальных проблем современной лингвистической науки. Данной теме посвящены работы многих российских и зарубежных лингвистов, таких как Г.В. Степанов, В.С. Виноградов, Л.П. Крысин, Йебра, Х.Г. Морено де Альба и др. Изучение моды носит всесторонний характер, поскольку все сегменты общества вовлечены в культурные, экономические, политические вопросы, связанные с производством и потреблением изделий моды [1, с. 25].

Именно открытость лексико-семантического уровня дискурса моды является его неотъемлемой характеристикой. Важно отметить, что значительную роль в обогащении вокабуляра языка моды играют именно заимствования как элементы открытой лексической системы. Определяющую роль в процессах заимствований играют, прежде всего, гламурные и глянцевого журналы мод, являющиеся частью модной индустрии.

В настоящее время модная индустрия представляется интернациональной: международные марки одежды, обуви, украшений; международные модные журналы, «международные» модные журналисты, статьи которых печатаются в различных версиях международных изданий, «международные» фотографии, работающие для журналов многих стран мира. Развивается международный язык моды, важную конституирующую особенность которого представляют заимствования как способ диалогизации общения в дискурсе моды и установления социального консенсуса [2, с. 23].

Являясь мощным экстралингвистическим фактором развития языка, мода привносит в языковую систему новые термины. Основная функция любого модного журнала заключается в рекламе всемирно известных домов моды и их дизайнеров. Поэтому в любой версии любого издания о моде и, в том числе

самого авторитетного из них, представлены одни и те же бренды. Современной читательнице подобного типа журналов, а значит и потенциальной покупательнице товаров рекламируемых марок, в какой бы точке мира она не находилась и какую бы версию журнала не читала, не составит никакого труда понять, о чем идет речь, поскольку основной каркас «модной» лексики составляют заимствования из английского языка.

С миром моды также тесно связаны представители высших слоев общества и знаменитости, которые, являясь законодателями моды, осуществляют рекламу продукции того или иного модного дома. Например, знаменитые люди – это «селебритис/celebrities», представители высшего общества именуются «jet set», «high society».

Важно выделить еще один пласт заимствованной лексики, обозначающий силуэты, модели различных предметов одежды («oversized», «baggy» или «slim fit»). Среди предметов одежды можно выделить те наименования, чье появление в различных языках мира было вызвано потребностью наименования предмета одежды нового дизайна. К таким терминам относятся «смокинг» (исп. *esmoquin*; англ. *smoking*), «шорты» (исп. *shorts/pantalón corto*; англ. *short*), «блэйзер» (исп. *blazer*; англ. *blazer*), «боди» (исп. *body*; англ. *body*), «кардиган» (исп. *cardigan*; англ. *cardigan*), «легинсы» (исп. *leggings*; англ. *leggings*) и др. Большинство этих англицизмов, за некоторым исключением, уже включены в словари русского и испанского языков. Как правило, они являются адаптированными [3, с. 110].

Таким образом, можно утверждать, что явление глобализации постепенно проникает и в сферу языка моды. В настоящее время модная индустрия оказывается абсолютно интернациональной: международные марки одежды, обуви, украшений; международные модные журналы, «международные» модные журналисты, статьи которых печатаются в различных версиях международных изданий, «международные» фотографы, работающие для журналов многих стран мира. В таких условиях складывается и развивается международный язык моды, важную конституирующую особенность которого

представляют заимствования. Релевантность заимствований для языка моды делает актуальным их дальнейшее изучение в ракурсе семиотики, лингвокультурологии, теории языковых контактов, межкультурной коммуникации.

### **Список литературы:**

1. Ашинова И.В. Гламурный дискурс: лингвокультурологический и прагматический аспекты (на материале русского и французского языков): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Махачкала, 2015. 43 с.

2. Косицкая Ф.Л. Дискурс моды и его жанровая дифференциация // Вестник ТГПУ. 2014. Вып. 4. С. 22–26.

3. Кулешова Н.А. Иноязычные вкрапления- англицизмы в испанских модных журналах // Вестник Университета Российской академии образования. 2011. № 5. С. 109–111.