

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В ИСПАНОЯЗЫЧНОМ МОДНОМ ДИСКУРСЕ

Чаплыгина Татьяна Сергеевна

магистрант Северо-Кавказский федеральный университет, РФ, г. Ставрополь

Аннотация. Мода конца XX-начала XXI века характеризуется высокой степенью медиатичности, то есть, проникает во все сферы человеческой жизни через средства массовой информации, находя свое отражение на страницах глянцевого журналов и преимущественно в Интернете.

В настоящее время всемирная глобализация затрагивает многие сферы человеческой деятельности, в том числе и язык, как основной инструмент коммуникации. Значительную роль в обогащении вокабуляра языка моды играют заимствования. Обогащение словарного состава любого языка всегда в той или иной мере связано с процессом заимствования иноязычной лексики, что обусловлено как собственно лингвистическими причинами (например, дифференциация синонимов), так и экстралингвистическими факторами (заимствование лексики, считающейся «престижной» в тот или иной момент исторического развития нации). Одним из основных проводников иностранной лексики в язык моды являются печатные СМИ. Важную роль в процессах заимствований играют, прежде всего, гламурные и глянцевые журналы мод, являющиеся частью модной индустрии.

Пласт англицизмов в русском и испанском языках неоднороден: он состоит из явлений разных лингвистических уровней – заимствований лексических, фонетических и синтаксических.

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» фотографии, работающие для журналов многих стран мира. В таких условиях складывается и развивается международный язык моды, важную конституирующую особенность которого представляют заимствования как способ диалогизации общения в дискурсе моды.

Язык моды включает в себя несколько других лексико-семантических групп, среди которых можно выделить:

- наименования предметов одежды;
- наименования предметов обуви и аксессуаров;
- наименования тканей;
- наименования стилей в одежде.

Редкая обложка любого издания обходится без англицизма «look», которое чаще всего используется во множественном числе «looks».

Vogue elige un sexy glorioso + 27 prendas que calientan tu look (Vogue España enero 2019). Английское слово «look» получило широкую известность во многих странах мира

благодаря коллекции французского дизайнера Кристиана Диора, представленной в 1947 году и получившей название «*New look*». Что касается данного слова в испанском языке, в настоящее время Королевская академия не рекомендует употреблять данное заимствование, так как ему существуют испанские эквиваленты «*imagen/aspecto*».

Важно отметить, что в наименованиях должностей в издательствах разных стран, представлены следующие заимствования: *бренд-менеджер/Brand Manager*; *PR-директор/PR Director*; *директор по маркетингу/Marketing Director*; *IT-директор/IT Director* и другие.

Рассматривая лексику мира моды, необходимо отметить следующие слова и выражения, уже ставшие интернациональными: «*must have/must*», англицизмы «*look*» и «*hit*», а также заимствование «*mix*», которое чрезвычайно часто употребляется во всех рассматриваемых нами версиях журналов.

Если говорить о самых популярных образах, то почти все они обозначаются английским словом или выражением, и это при том, что эквиваленты в испанском и русском языках. Открыв модный журнал, читатель, без сомнений, встретит следующие лексемы: «*dress code/дресс-код*», «*casual*», «*street fashion/style*», «*lady-like*», «*vintage*», «*baby-doll*», «*grunge*» и др. Кроме того, редакторы модных журналов зачастую используют такие выражения, как «*“boyfriend” style*» или «*sportswear*» и т.п.

Таким образом, можно утверждать, что явление глобализации постепенно проникает и в сферу языка моды. 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: 10.02.20 / Ашинова Ирина Викторовна. – Махачкала, 2015. – 43 с.
2. Косицкая Ф.Л. Дискурс моды и его жанровая дифференциация / Ф.Л. Косицкая // Вестник ТГПУ, 2014. Вып. 4. С. 22-26.
3. Кулешова Н.А. (Кузнецова Н.А.) Иноязычные вкрапления- англицизмы в испанских модных журналах // Вестник Университета Российской академии образования. – 2011. – № 5. – С. 109-111.