

УДК 81'373.43:070

Ачилова Елена Леонидовна

Кандидат филологических наук, доцент,
Таврическая академия,
Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского;
Российская Федерация, Симферополь, e-mail: elena-achilova@yandex.ru

Конак Анна Борисовна

Студент,
факультет славянской филологии и журналистики,
Таврическая академия,
Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского;
Российская Федерация, Симферополь, e-mail: ananka@mail.ua

ЗАИМСТВОВАННАЯ ЛЕКСИКА НА СТРАНИЦАХ ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛОВ

Статья посвящена процессу лексического заимствования, которое на протяжении нескольких десятилетий происходит в современном русском языке. Материалом послужили медиатексты из женских журналов о моде. Методом сплошной выборки были отобраны новые иноязычные номинации, входящие в тематические группы 'одежда' и 'обувь'. Как показало исследование, язык сферы моды развивается в направлении интернационализации. Большая часть зафиксированных заимствований имеет английское происхождение.

Ключевые слова: лексические заимствования, иноязычная лексика, англицизмы, сфера моды, глянцевого журнала.

Elena L. Achilova

PhD in Philology science, Associate Professor,
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Department of Slavic philology and journalism;
Russian Federation, Simferopol

Anna A. Konak

Student
V. I. Vernadsky Crimean Federal University,
Department of Slavic philology and journalism;
Russian Federation, Simferopol

BORROWED VOCABULARY ON THE PAGES OF GLOSSY MAGAZINES

Abstract. *The article is devoted to the process of lexical borrowing, which has been taking place in the modern Russian language for several decades. The material for the work was media texts from women's fashion magazines. New borrowed nominations included in the thematic groups 'clothes' and 'shoes' were selected by the method of continuous sampling. The study showed that the language of the fashion sphere is developing towards internationalization. Most of the fixed borrowings are of English origin.*

Key words: *lexical borrowings, foreign language vocabulary, anglicisms, fashion, glossy magazine.*

Для цитирования:

Ачилова, Е. Л., Конак, А. Б. Заимствованная лексика на страницах глянцевого журнала // Гуманитарная парадигма. 2020. № 4 (15). С. 45–50.

Развитие науки и техники, широкое международное общение, тесные деловые и культурные связи современного мира приводят к стремительному вхождению в русский язык новых заимствованных слов. Русский лексикон постоянно пополняется множеством иностранных слов, которые связаны с различными сферами нашей жизни. По характеру и объёму заимствований в русском языке можно наблюдать пути исторического развития языка и общества.

Иноязычные слова в лексике современного русского литературного языка хоть и встречаются достаточно часто, однако не превышают 10% всего его словарного состава. В лексической системе языка далеко не все слова иностранного происхождения выступают в качестве межстилевой общеупотребительной лексики — большая часть таких слов стилистически ограничена употреблением в книжной речи и характеризуется в связи с этим узкой сферой применения (термины, профессионализмы, варваризмы, специфические книжные слова и т. д.).

Процесс заимствования в русском языке многократно становился объектом внимания таких лингвистов, как Л. П. Крысин, В. Г. Костомаров, Е. В. Маринова, М. А. Кронгауз, Э. Ф. Володарская, Э. Хаугена, В. М. Аристова и др. Огромен вклад в лексикологию выдающегося отечественного лингвиста Сергея Ивановича Ожегова. Учёный активно занимался широким спектром вопросов: языком художественной литературы, социолингвистикой, историей русского языка, культурой речи, но главный интерес С. И. Ожегова составляли вопросы лексикологии и лексикографии. Проблема пополнения языка и

вопросы фиксации результатов динамических процессов в языке — одна из актуальных в науке разных периодов её развития. Последние десятилетия наиболее активно словарный состав русского языка пополняют иноязычные заимствования.

Как известно, именно лексический уровень языка наиболее оперативно «реагирует» на события, происходящие в мире и обществе. Демократизация общества, открытие границ, устранение препятствий в общении между представителями разных национальностей и культур, непрерывный обмен знаниями и результатами научных достижений стали знаковыми характеристиками эпохи первых десятилетий XXI века.

По мнению Н. С. Валгиной, «в основе активных процессов в лексике лежат изменения в психологической установке масс, в их новом „языковом вкусе“» [2, с. 76]. Глобализация запустила мощный процесс масштабной интернационализации социума и языка. Е. В. Маринина пишет: «Если говорить о своеобразии этого процесса, прежде всего, на наш взгляд, надо говорить об интернациональном характере современного заимствования» [4, с. 36]. Тенденцию интернационализации языка на разных уровнях отмечает Л. П. Крысин: «Интернационализация лексики различных языков достигла сейчас такого уровня, при котором многие слова, а также корневые и аффиксальные морфемы оказываются общими для разных языковых систем» [6, с. 172].

Лингвисты [1, 3, 6] называют следующие причины заимствований:

- отсутствие соответствующего понятия в принимающем языке. Как мы уже отмечали, мир стремительно движется вперёд, каждый день появляются новинки в разных областях человеческой деятельности, которые быстро распространяются в мире вместе с оригинальной номинацией (*Инстаграм*, *Твиттер*, *мэссенджер* и др.);

- отсутствие соответствующего, более точного, наименования в принимающем языке (часто предпочтение иностранного слова связано с тем, что понятие на родном языке невозможно выразить одним словом: *бестселлер* — книга или фильм, пользующиеся большим спросом, вышедшие большим тиражом);

- обеспечение стилистического (эмфатического) эффекта (в некоторых случаях заимствованное слово имеет более высокий экспрессивный потенциал, чем его аналог в родном языке, например, слово *кул* (*cool*) в молодёжном сленге);

- выражение позитивных или негативных коннотаций, которыми не обладает эквивалентная единица в языке-рецепторе (например, *элитный*, *гламурный* и т. п.);

- социально-психологические причины и факторы заимствования. Для многих носителей языка иностранное слово звучит престижнее, чем его аналог в родном языке;

- фактор моды.

Номинаций новых понятий и явлений, имеющих в русском языке, оказывается недостаточно, поэтому самым простым и эффективным остаётся заимствование уже готового названия вместе с новым понятием и явлением. Особенность современного заимствования «проявляется в том, что пополнение русского языка иноязычиями происходит преимущественно из одного языка-источника — американский английский (эта черта тоже интернациональна)» [4, с. 38]. Таким образом, практически в каждой тематической группе большую часть заимствованных англицизмов составляют лексемы, появившиеся в русском языке как результат удовлетворения потребности в наименовании новой вещи или понятия. Это касается сферы политики и экономики, культуры и музыки, торговли и спорта, моды и красоты. Е. В. Маринина справедливо отмечает: «Ещё более дробной, можно сказать, точечной стала специализация внутри той или иной отрасли знания, сферы деятельности, причём не только профессиональной. Сфера досуга и развлечений, туризм, спорт, кулинария, мода, даже сфера быта всё более усложняются, дифференцируются, предлагая „пользователю“ огромное множество разнообразных услуг, мероприятий, программ, опций, вещей и т. п. Естественно, для всего этого требуются номинации» [4, с. 44]. Как отмечает Г. А. Мудренко, «иноязычные вкрапления и лексические заимствования являются неотъемлемой характеристикой языка средств массовой информации, которые являются «рекордсменами» по количеству встречающихся в них англицизмов» [5, с. 58].

Цель данной работы – проследить новые тенденции в языке современных медиа, освещающих проблемы моды. Для достижения поставленной цели методом сплошной выборки из гляцевых изданий последних двух лет были собраны иноязычные слова (в данной работе мы обращались только к названиям одежды и обуви), которые мы объединили в тематические группы и исследовали с точки зрения их происхождения. Объектом исследования стали статьи в журналах *Vogue*, *Cosmopolitan*, *Elle*, *Harper'sbazaar*, *Glamour* (2018 – 2020 гг.).

Индустрия моды давно занимает особое место в культуре и искусстве. В стремлении создать что-то необычное, интересное и экстравагантное придумываются новые стили и направления. Так как индустрия моды идёт к нам с Запада, то вполне очевидно, что бренды и практически все названия изделий заимствуются из языка-источника. В речи российских модельеров и

дизайнеров часто фигурируют английские слова, которые быстро подхватываются представителями медиа, создающими информационный и рекламный гламурный продукт. Из этих источников заимствования попадают в речь носителей языка. Причём процесс заимствования идёт стремительными темпами: новые слова, не успев закрепиться, адаптироваться в языке и найти отражение в словарях, попадают на страницы модных изданий.

Э. Хауген выделяет следующие типы заимствований:

- собственно заимствования, при которых заимствуется как формальная оболочка, так и семантика языка-источника с возможными фонеморфологическими и семантическими изменениями под влиянием принимающего языка;

- семантические кальки, когда заимствуется семантика без формы или с частичным замещением морфем;

- гибридные образования, т. е. слова, состоящие из иноязычных элементов лишь частично [7, с. 344–383].

Наблюдаемые нами явления — иноязычные названия одежды и обуви — представляют собой собственно заимствования из английского языка, т. е. англицизмы. Выбранные наименования были разделены на 2 тематические группы: ‘одежда’ и ‘обувь’. Все видовые названия тематической группы ‘одежда’ разделены на подгруппы: ‘верхняя одежда’, ‘блузки и свитеры’, ‘брюки’.

Подгруппа ‘верхняя одежда’ представлена такими номинациями, имеющими английскую этимологию, как *бомбер*, *дастер* (он же «пыльник»), *кейп*. Кроме этих названий, употребляются и давно вошедшие в русский язык *анорак* (эскимосское), *парка* (предположительно ненецкое), *жакет* (франц.) и *пиджак* (англ.).

В подгруппу ‘блузки и свитеры’ вошли англицизмы *кроп-топ*, *некхолдер*, *бадлон*, *свитшот*, *топ-бандо*, *худи*, а также французские по происхождению *рубашка-шениль* и *рубашка шамбрэ*. Отметим, что активно продолжают использоваться давно адаптировавшиеся в русском языке заимствования *блузон* (франц.), *кардиган* (англ.), *свитер* (англ.).

Наибольшей в тематической группе ‘одежда’ подгруппой является наименование брюк. В эту группу вошли слова английского происхождения: *джинсы*, *джоггеры*, *чиносы*, а также испанское название *карго* и итальянское *палаццо*. Характерно, что разновидности джинсов также представляют собой англицизмы: *джинсы-скинни*, *джинсы мом*, *джинсы слим* (они же «сигареты»), *бойфренды*, *джеггинсы*. Также среди названий брюк встречаются ранее усвоенные русским языком *бриджи* (англ.), *леггинсы* (англ.), *кюлоты* (франц.), *капри* (итал.).

В группу ‘обувь’ вошли заимствования, значительная часть которых представлена англицизмами: *броги, винклеры, ворк бутс, гриндерсы, дезерты, дерби, джекбуты, джодпуры, кроксы, лоферы, оксфорды, слиперы, тимберленды, челси*; встречаются также названия французского происхождения: *апрески, д`Орсэ, или дорсей, лабутены, эспадрильи*; зафиксировано слово немецкого происхождения *биркенштоки* и итальянское *стилеты*. На страницах модных журналов продолжают встречаться такие давно знакомые французские названия обуви, как *сабо, ботфорты, ботильоны* и латинское *мюли*.

Таким образом, можно утверждать, что язык сферы моды развивается на основании общей тенденции интернационализации. Анализ материала показал, что наиболее активно в современный русский язык проникают англоязычные заимствования, реже – французские слова, единичны номинации итальянского, испанского и немецкого происхождения. Более разнообразны по происхождению названия одежды и обуви, давно вошедшие в русский язык: кроме англицизмов, фиксируются номинации, пришедшие из французского, итальянского, латинского и других языков.

Литература

1. Брейтер М.А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы : Пособие для иностр. студентов-русистов. М. : Диалог-МГУ, 1997. 156 с.
2. Валгина Н. С. Активные процессы в современном русском языке. М. : Логос, 2003. 304 с.
3. Дьяков А.И. Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке // Язык и культура. Новосибирск, 2003. С. 35–43.
4. Новые тенденции в русском языке начала XXI века : колл. монография / Под ред. Л.В. Рацибурской. 4-е изд., стер. М. : ФЛИНТА : наука, 2016. 304 с.
5. Мудренко Г. А. Иноязычные вкрапления-англицизмы на страницах деловых журналов (на примере финансовой лексики) [Электронный ресурс]. URL: irbis-nbuv.gov.ua > [cgi-bin](#) > [irbis_nbuv](#) > [cgiirbis_64](#) (обращение 27 ноября 2020 года).
6. Современный русский язык: Активные процессы на рубеже XX–XXI веков / Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова РАН. М. : Языки славянских культур, 2008. 712 с.
7. Хауген Э. Процесс заимствования // Новое в лингвистике. М. : Прогресс, 1972. Вып. 6. С. 344–382.

~