

RU

Способы пополнения словаря области моды в английском языке

Аникеева Т. Р.

Аннотация. Цель исследования - установить актуальные на современном этапе развития языка способы образования англоязычных неологизмов области моды. В статье описываются базовые характеристики и критерии определения новых единиц языка. Далее приводятся классификации неологизмов с точки зрения критериев новизны, формы и образования подобных номинаций. Здесь также анализируются англоязычные неологизмы области моды на предмет выявления их способов и моделей образования. Научная новизна исследования состоит в том, что в работе проводится анализ способов пополнения англоязычного словаря динамично развивающейся области моды за последние пять лет. В результате выявлено, что за исследованный период времени создание новых номинаций рассматриваемой сферы жизни человека происходит традиционным для языка путем. Полученные количественные показатели свидетельствуют о том, что самые продуктивные способы образования англоязычных неологизмов «модной» тематики - словосложение и словослияние, а наименее продуктивным способом в данном случае является заимствование. Новые словосочетания в сфере моды образованы по традиционно распространенной в английском языке полисемантической модели Noun + Noun. Статья завершается определением перспектив дальнейших исследований в рассматриваемой области.

EN

Ways of Adding New Words and Phrases to the Vocabulary of the Fashion Sphere in the English Language

Anikeeva T. R.

Abstract. The aim of the study is to identify the methods of formation of English-language neologisms in the fashion sphere that are relevant at the present stage of language development. The paper describes the basic characteristics and criteria for determining new language units. Classifications of neologisms in terms of the criteria of novelty, form and formation of such naming units are presented. The work also analyses the English-language neologisms of the fashion sphere in order to identify their ways and models of formation. The scientific originality of the study lies in the fact that the work analyses the ways of adding new words and phrases to the English-language vocabulary of the rapidly developing fashion sphere over the past five years. As a result, it has been found that during the specified period of time, the creation of new naming units of the considered sphere of human life occurs in the traditional way for the language. The obtained quantitative indicators show that the most productive ways of forming the English-language neologisms of fashionable themes are compounding and blending, while the least productive way in this case is borrowing. New phrases in the fashion sphere are formed according to the polysemantic Noun + Noun model, which is traditionally common in the English language. The paper concludes by identifying the prospects for further research in the field under consideration.

Введение

В начале XXI века скорость пополнения словарного состава любого языка увеличивается в арифметической прогрессии из-за значимых процессов, происходящих в политической, социальной, культурной жизни мирового сообщества. Возникает острая необходимость изучения новой лексики как средства отражения изменений в той или иной лингвокультуре. Сфера моды является одной из наиболее «активных» областей жизни человека с точки зрения обогащения языкового словаря антропоцентрическими по характеру номинациями, лексикой, описывающей людей, их потребности, стиль. Актуальность темы исследования связана с необходимостью изучения способов образования англоязычных неологизмов, которые являются отражением изменений в современных модных тенденциях последних 5 лет. Раскрытие механизма появления новых слов данной области помогает не только более осознанно пополнять словарный запас иностранного языка, но и лучше осмысливать характер новых реалий современной жизни.

Для достижения поставленной цели (установить актуальные на современном этапе развития языка способы образования англоязычных неологизмов области моды) нам нужно решить следующие задачи: 1) изучить научные толкования понятия «неологизм» с целью установления базового определения исследования; 2) описать существующие в научном мире классификации неологизмов с целью установления релевантных для исследования; 3) методом сплошной выборки отобрать англоязычные неологизмы области моды из современных источников и словарей; 4) проанализировать отобранные единицы с точки зрения их способов образования и выявить среди последних наиболее актуальные для англоязычных неологизмов изучаемой сферы.

Теоретической базой нашего исследования являются научные труды в области неологии И. Р. Гальперина (2016), В. В. Елисейевой (2003), В. И. Заботкиной (1989), Н. А. Каменево (2021), Р. Ю. Намитковой (1986), Д. Ю. Пешковой (2019), Т. В. Поповой (2005), С. И. Тогоевой (2019).

Заявленный анализ предполагает использование метода сплошной выборки, методов ранжирования и количественных подсчетов, элементов описательного и семантического анализа, метода классификации.

Объектом исследования являются англоязычные неологизмы области моды. Предметом исследования – способы создания рассматриваемых неологизмов.

Теоретическая значимость работы заключается в выявлении продуктивных способов образования неологизмов области моды на современной ступени развития английского языка.

Практическая значимость исследования состоит в том, что его результаты могут быть использованы в рамках курсов преподавания общего и частного языкознания, лексикологии, а также для дальнейших изысканий в области неологии.

Материалы исследования: 74 английские лексические единицы сферы моды, отобранные из следующих источников: American Dialect Society. URL: <https://www.americandialect.org/>; Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>; GLAMOUR. URL: <https://www.glamourmagazine.co.uk/topic/fashion>; INSTYLE. URL: <https://www.instyle.com/fashion>; MARIE CLAIRE. URL: <https://www.marieclaire.com/fashion/>; Merriam-Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/>; New Words List December 2018. Oxford English Dictionary. URL: <https://public.oed.com/updates/new-words-list-december-2018/>; New Words List January 2020. Oxford English Dictionary. URL: <https://public.oed.com/updates/new-words-list-january-2020/>; New Words List March 2018. Oxford English Dictionary. URL: <https://public.oed.com/updates/new-words-list-march-2018/>; New Words List March 2019. Oxford English Dictionary. URL: <https://public.oed.com/updates/new-words-list-march-2019/>; New Words List October 2019. Oxford English Dictionary. URL: <https://public.oed.com/updates/new-words-list-october-2019/>; Oxford Learners Dictionaries. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>; VOGUE. URL: <https://www.vogue.com/fashion>.

Основная часть

В результате непрерывного развития всевозможных сфер общества, научно-технических преобразований словарь почти каждого живого языка постоянно пополняется словами и словосочетаниями, называющими новые предметы и явления действительности. Этим предопределяется практически непрекращающееся исследование природы новых слов и выражений.

Изучение новых лексических единиц проводится в рамках относительно молодой научной дисциплины, которая известна под названием «неология» (Забродина, Яковлева, 2014, с. 95). Неология оперирует понятием «неологизм», которое соотносится с новыми лексемами, фраземами, появившимися в языке за последнее время.

Проблемы неологии рассматривались с разных точек зрения в трудах таких ученых, как Р. А. Будагов (1996), В. Г. Гак (1977), В. И. Заботкина (1989), Е. С. Кубрякова (1988), О. Д. Мешков (1976), Р. Ю. Намиткова (1986). Изыскания в данной области продолжаются и в настоящее время. Во многих научных трудах мы встречаем толкование центрального понятия неологии – неологизма.

Используемый в отечественной лингвистике термин «неологизм» имеет греческо-французское происхождение. Под ним традиционно понимается любая словарная единица, появившаяся в языке в любой период его существования. В настоящее время данный термин приобретает другие оттенки значения, используется в достаточно широком контексте (Шалина, 2007, с. 73).

Прежде всего под неологизмом подразумевается всякое новое слово, которое пополняет какой-либо язык на данном этапе его развития. Подобная мысль прослеживается в трактовке упомянутого понятия И. Р. Гальпериним (2016): неологизмы – это «любые новые словарные и фразеологические единицы, появившиеся в языке на данном этапе его развития и обозначающие новые понятия, возникшие в результате развития науки и техники, новых условий жизни, социально-политических изменений и т. д., или выражающие новыми словами, созданными в целях эмоционально-стилистических, уже существующие понятия» (с. 77).

И. А. Воробьева (2019, с. 160) также отмечает, что неологизмом может считаться слово или фразеологический оборот, вошедшие в язык в связи с различными изменениями в жизни общества, образованные по существующим в языке словообразовательным моделям или заимствованные для обозначения нового понятия.

В некоторых других источниках делается акцент на новизне неологизма, на его воспроизводимости в языке и возможной незафиксированности в лексикографических ресурсах.

Время появления неологизма в языке часто отмечается лингвистами как его базовая характеристика. Согласно подобному хронологическому подходу, по мнению Е. И. Михеевой (2007), неологизмы можно подразделить на:

- 1) абсолютно новые единицы языка последних 25 лет;
- 2) новые единицы языка последних 25 лет, образованные на основе уже существующих слов;
- 3) новые единицы языка последних 25 лет с дополнительно приобретенным значением или оттенком значения.

В некоторых научных трудах не указан точно временной отрезок появления неологизма. В них просто уточняется, что неологизмом следует называть «слово, отразившее реалии того или иного временного среза» (Шалина, 2007, с. 75).

В последнее время появился ряд исследований, рассматривающих категорию новых слов не только с точки зрения стилистики, деривации, семантики и структуры, но и в рамках психолингвистического подхода (А. А. Залевская, 2014; Е. Н. Гришкина, 2017; С. И. Тогоева, 2019). Так, С. И. Тогоева (2019) отмечает субъективность и относительность новизны слова. Она предлагает трактовать новизну «слов, которые ранее не встречались в речевом опыте индивида, как субъективно определяемую новизну периферийной единицы ментального лексикона» (с. 58).

Н. А. Каменева (2021, с. 4) вслед за голландским лингвистом М. Янсеном в одной из своих статей суммирует информацию о критериях определения неологизма и выделяет среди них следующие:

- 1) психологический (подразумевающий восприятие языковым сообществом какой-либо лексемы как новой единицы);
- 2) лексикографический (подразумевающий под признаком неологизма возможное отсутствие фиксации в лексикографических источниках);
- 3) диахронический (подразумевающий положение, что любая ранее не входившая в словарь языка словоформа может считаться неологизмом);
- 4) вхождение в основной корпус словаря (принадлежность лексемы языку, речи, культуре без словарной фиксации);
- 5) воспроизводимость в устной и письменной речи (продолжительность использования номинации).

Таким образом, можно суммировать все упомянутое выше и сделать вывод о том, что неологизмом считается практически не упоминающееся в лексикографических источниках и употребляемое в качестве готовой единицы в речи новое слово или словосочетание, которое появилось в языке в конкретный период его развития с целью номинировать новое понятие.

Классификация неологизмов может проводиться согласно их типологическим признакам. Например, с точки зрения новизны для языка Д. Ю. Пешкова (2019, с. 156) вслед за В. В. Елисеевой (2003) распределяет неологизмы по трем группам:

- 1) собственно неологизмы;
- 2) переосмысления;
- 3) перенаименования.

Собственно неологизмы отличают новая форма и содержание (*bandals* – туфли, представляющие собой сочетание сандалий и сапог). Перенаименования характеризуются новой формой, но уже известным содержанием (существительное *bunny-hug* заменяет словосочетание *hooded sweatshirt* (толстовка с капюшоном)). Переосмысления при сохранении прежней формы получают новое значение (*plug* (в значении «ювелирное украшение или предмет бижутерии цилиндрической формы»)).

С точки зрения формы, по мнению Т. В. Матвеевой (2010, с. 231-232), новообразования языка могут подразделяться на:

- 1) лексические;
- 2) лексико-семантические;
- 3) фразеологические.

Лексические новообразования являются непосредственно новыми словами. Лексико-семантические новообразования соотносятся с подтипом перенаименований по классификации с позиции новизны, представляют собой развитие уже известных значений тех или иных единиц. Фразеологические новообразования – это неологичные фразеологические единицы.

С точки зрения образования в любом языке (в том числе английском) неологизмы могут быть созданы различными способами. Соглашаясь с Т. В. Поповой (2005), Ю. П. Иванашко и Е. А. Процукович (2022, с. 107-108) говорят о семантических, словообразовательных и заимствованных неологизмах.

Под семантическими неологизмами подразумевают единицы, образованные путем переосмысления общеизвестного слова того или иного языка, расширения его семантической структуры, появления нового оттенка значения, не зафиксированного в каком-либо словаре. Под словообразовательными неологизмами имеют в виду те, что появились в результате использования существующих словообразовательных моделей какого-либо языка для образования новых слов. Это могут быть способы аффиксации, конверсии, обратной деривации, словосложения, сокращения и т. д., которые зачастую называются морфологическими способами образования лексем (Заботкина, 1989).

Практически все современные заимствования также получают статус неологизмов.

Наряду с упомянутыми выше способами образования отдельных лексем существует фразообразование – процесс появления новых устойчивых сочетаний, которые прежде не существовали (например, *signature look* – свой собственный, уникальный образ).

Как отмечает Ю. В. Белка (2014), «исследование неологизмов последних десятилетий показывает, что вектор развития английского языка меняется в сторону создания новых слов за счет собственных ресурсов» (с. 19). Чаще всего это словообразовательные модели, которые уже существуют в языке.

Для анализа способов образования англоязычных неологизмов области моды мы определились с критериями отбора материала исследования. Согласно Кембриджскому словарю, «мода (существительное) – наиболее популярный стиль одежды, внешности или поведения в определенный период времени» (“*fashion* (noun) – the most popular style of clothes, appearance, or behaviour at a particular time” (Cambridge Dictionary)).

Следуя определению, для проведения упомянутого выше исследования из лексикографических источников и модных журналов мы отобрали 74 единицы, 40 из которых являются отдельными лексемами, а 34 – словосочетаниями.

Для начала рассмотрим выделенные лексемы с точки зрения словообразовательных моделей. Среди большинства исследователей бытует мнение, что в современном английском языке существует шесть наиболее продуктивных моделей словообразования: аффиксация, конверсия, словосложение, словослияние, реверсия и сокращение (Намитоква, 1986, с. 13).

Анализ отобранного материала показал, что преобладающий способ образования новых англоязычных лексических единиц в области моды – словосложение (соединение двух основ с помощью соединительной гласной или «встык»). Обнаружено 11 подобных номинаций. Например, прилагательное *fashion-forward* – relating to, anticipating, or reflecting the latest fashion trends (имеющий отношение к последним модным трендам, отображающий или превосходящий их); существительное *boho-chic* – a style of fashion drawing on various bohemian and hippie influences (модный стиль, возникший под влиянием различных элементов божемного стиля и хиппи); существительное *man-bun* – a hairstyle for men in which some or all of the hair is pulled together to form a round shape at the back or on top of the head (мужская прическа, при которой все волосы или их часть собраны в круглый пучок на затылке или на макушке).

На втором месте по численности представленных примеров находится словослияние (соединение двух лексем при одновременном усечении либо фрагмента одной из них, либо обеих). Мы выявили 10 подобных блендов. Например, *murse* = *men* + *purse* (a purse for men = мужская сумочка, барсетка); *glamazon* = *glamour* + *amazon* (a remarkably glamorous, tall, and self-confident woman = невероятно эффектная, уверенная в себе женщина высокого роста); *guyliner* = *guy* + *eyeliner* (eyeliner designed for and used by men = подводка для глаз для мужчин).

Несмотря на то, что аффиксация (присоединение аффикса к имеющейся основе слова) является одним из самых часто встречаемых способов образования лексем, в изученном материале она представлена всего 6 единицами. В качестве примера аффиксации как способа образования англоязычного неологизма в сфере моды можно привести существительное *strobing* = *strobe* + *ing* (the use of highlighter in makeup = использование хайлайтера в макияже – от глагола *strobe* «выделять, высвечивать»); *bronzer* = *bronze* + *er* (a cosmetic powder that comes in various shades of brown, meant to create an impression of tanned skin = косметическая пудра различных оттенков цвета загара, предназначенная для создания эффекта загорелой кожи – от глагола *bronze* «подрумянивать, поджаривать»); *shticky* = *shtick* + *y* (trendy and showy = модный и броский – от существительного *shtick* «фишка»).

Четвертым по численности представленных номинаций в проанализированном материале является сокращение (либо отсечение части слова, либо аббревиация) – 5 лексем. К примеру, *OOTD* (*Outfit of the Day*) – clothes that someone is wearing on a particular day; it is usually used in the context of fashion blogging (экипировка дня – одежда, которую кто-либо надевает в какой-либо конкретный день; единица обычно используется в контексте модных блогов); *MLBB* (*My Lips But Better*) – a lipstick shade that looks natural and is similar to your own natural lip colour (оттенок губной помады, который выглядит естественно и напоминает оттенок ваших губ); *PDW* (*Play Dinner Work*) – pieces of clothes that can be worn for any occasion (предметы одежды на любой случай).

Среди изученных лексем встретились 2 примера конверсии (перехода слова из одной части речи в другую с приобретением новой грамматической парадигмы). Так, случай конверсии наблюдается в ситуации с трансформацией фразового глагола *lace up* со значением «шнуровать» в существительное, обозначающее «обувь на шнуровке». Существительное *skinnies* образовано от прилагательного *skinny* и означает «плотно прилегающие, обтягивающие джинсы».

Как было отмечено ранее, неологизмы могут быть образованы способом семантической деривации. В данном случае речь идет о метонимическом и метафорическом переносе значения исходного слова. При помощи метафорического переноса значения (основанного на сходстве каких-либо признаков) в нашем материале было образовано пять единиц. Например, *sharp* = *natty*, *chic* (изначально «острый», новое значение – «изысканный, опрятный»); *trumpet* = a dress resembling a trumpet in shape (изначально «труба (музыкальный инструмент)», новое значение – «платье, напоминающее по форме трубу»).

Следует отметить, что для многих изученных номинаций характерно образование смешанным способом, когда морфологический способ образования слов комбинируется с переносом значения.

Если говорить о заимствованиях из других языков, нам встретился 1 пример подобных единиц. Это французское слово *balayage*, заимствованное с помощью транскрибирования, означающее способ свободного нанесения краски для волос при окрашивании для создания мягкой и естественной градации светлого оттенка по направлению к концам.

Таким образом, результаты проведенного количественного анализа следующие (Таблица 1).

Таблица 1. Соотношение частоты использования словообразовательных моделей английских неологизмов в области моды

Способ образования	Процентный показатель
Словосложение	27,5%
Словослияние	25%
Аффиксация	15%
Метафорический перенос значения	12,5%
Сокращение	12,5%
Конверсия	5%
Заимствование	2,5%

В случае со словосочетаниями, которые были отобраны нами для анализа, мы рассмотрели их с точки зрения моделей образования. Наиболее распространенной моделью оказалась Noun + Noun (23 номинации). Например, *mom jeans* – a slang term for high-waisted women's jeans that were originally fashionable in the late 1980s and early 1990s (мамины джинсы – сленговое название женских джинсов с высокой талией, которые были изначально популярны в конце 1980-х и начале 1990-х); *ear cuffs* – earrings that wrap around the ridge of the ear (каффы – серьги, захватывающие часть ушной раковины (вид клипс)); *wardrobe staple* – something that everyone needs to have in their wardrobe (основа гардероба – вещи, которые нужно иметь в своем гардеробе).

Также нами выделены модели Adjective + Noun (9 номинаций) и Verb + Noun (2 номинации). Примером первой модели могут служить словосочетания *fast fashion* – an approach to the design, creation, and marketing of clothing fashions that puts an emphasis on making fashion trends inexpensively and quickly available to customers (быстрая мода – подход к дизайну, созданию, маркетингу стилей одежды, который подчеркивает создание модных течений без лишних затрат и быстро доходящих до покупателя); *millennial pink* – a light shade of pink that became especially trendy in 2017 (розовый миллениалов – светлый оттенок розового цвета, который стал особенно популярным в 2017 году). Примерами второй модели – *to pull off an outfit* – to look good, acceptable in a given outfit (выглядеть хорошо, приемлемо в данной, имеющейся одежде); *to hunt trends* – to follow new trends in fashion (следовать новым тенденциям моды).

Анализ словообразовательных моделей англоязычных неологизмов области моды свидетельствует о том, что отдельные лексемы образуются преимущественно на основе существующих в языке морфем. Их доля составляет 85% от общего количества исследованных слов, т. е. преобладают собственно неологизмы (по терминологии В. В. Елисеевой (2003)), лексические новообразования (по версии Т. В. Матвеевой (2010)), словообразовательные неологизмы (по терминологии Т. В. Поповой (2005)).

27,5% и 25% исследованных единиц образованы словосложением и словослиянием, способами, которые особенно распространены в английском словообразовании в настоящее время (Никулина, 2021, с. 183; Иванашко, Процукович, 2022, с. 103).

В результате анализа моделей отобранных английских словосочетаний-неологизмов было выявлено, что их наибольшее количество образовано по модели Noun + Noun (приблизительно 68%), где первый номинативный компонент каким-либо образом описывает второй, уточняя его значение.

Заключение

Проведенный анализ показал, что для создания новых лексических единиц в сфере моды в английском языке существующие лексемы чаще всего комбинируются, объединяются. Тот факт, что в описанном материале достаточно много номинаций представлено словосочетаниями, сложными словами и блендами, говорит о том, что в сфере моды возникает необходимость создания производных номинаций, представляющих собой сложные наименования, комбинирующие несколько основ и т. д.

Перспективы дальнейшего исследования в данной области мы видим в изучении новейших наименований из области моды, привлечении для анализа номинаций, не только связанных с индустрией одежды, обуви, макияжа, но и с названиями модных привычек, тенденций, увлечений. Также интерес могут представлять изыскания, предполагающие сопоставительный анализ подобных неологизмов нескольких языков.

Источники | References

1. Белка Ю. В. Неологизмы английского языка 2013-2014 года // Наука-RASRUDE.NT.RU. 2014. № 5.
2. Будагов Р. А. Новые слова и значения // Человек и его язык. М.: МГУ, 1996.
3. Воробьева И. А. Понятие «неологизм», классификация неологизмов // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. 2019. № 3 (101).
4. Гак В. Г. К типологии лингвистических номинаций // Языковая номинация. Общие вопросы. М.: Наука, 1977.
5. Гришкина Е. Н. Новизна лексической единицы как интегративный параметр психологической структуры значения слова (на материале психолингвистического эксперимента): автореф. дисс. ... к. филол. н. Тверь, 2017.
6. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка. М.: ЛИБРОКОМ, 2016.
7. Елисеева В. В. Лексикология английского языка. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского государственного университета, 2003.
8. Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка. М.: Высшая школа, 1989.
9. Забродина И. К., Яковлева Е. А. История развития зарубежной неологии (на примере немецкого, французского, китайского языков) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2014. № 4-2 (34).
10. Залевская А. А. Значение слова в пространстве мозга, тела и окружения человека // Слово и текст: психолингвистический подход. Тверь: Твер. гос. ун-т, 2014.
11. Иванашко Ю. П., Процукович Е. А. Способы образования неологизмов в английском языке (на материале интернет-лексики) // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2022. Вып. 8. № 3.
12. Каменева Н. А. Образование англоязычных неологизмов в результате лексической и семантической номинаций // Филология: научные исследования. 2021. № 3.
13. Кубрякова Е. С. Роль словообразования в формировании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира. М.: Наука, 1988.

14. Матвеева Т. В. Полный словарь лингвистических терминов. Ростов н/Д: Феникс, 2010.
15. Мешков О. Д. Словообразование современного английского языка. М.: Наука, 1976.
16. Михеева Е. И. К вопросу классификации неологизмов в современном немецком языке // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2007. № 1.
17. Намитокова Р. Ю. Авторские неологизмы: словообразовательный аспект. Ростов н/Д, 1986.
18. Никулина М. А. Специфика семантического компонента англоязычных неологизмов периода пандемии COVID-19 // Верхневолжский филологический вестник. 2021. № 4 (27).
19. Пешкова Д. Ю. Английская неология: способы пополнения вокабуляра на современном этапе // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2019. № 6 (139).
20. Попова Т. В. Русская неология и неография. Екатеринбург: Изд-во Уральского государственного технического университета - УПИ имени первого президента России Б. Н. Ельцина, 2005.
21. Тогоева С. И. Пространственно-временные ориентиры: новизна слова // Вопросы психолингвистики. 2019. № 3 (41).
22. Шалина Л. В. К вопросу о сущности неологизма в современной лингвистике // Известия Пензенского государственного педагогического университета им. В. Г. Белинского. 2007. № 8.

Информация об авторах | Author information



Аникеева Татьяна Радиевна¹, к. филол. н., доц.

¹ Воронежский государственный педагогический университет



Anikeeva Tatiana Radievna¹, PhD

¹ Voronezh State Pedagogical University

¹ tat.anikeeva2013@yandex.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 20.01.2023; опубликовано (published): 31.03.2023.

Ключевые слова (keywords): неологизмы; способы образования новых слов; модели словосочетаний; семантическая и словообразовательная деривация; сфера моды; neologisms; ways of forming new words; models of phrases; semantic and word-formation derivation; fashion sphere.