

RU

Особенности функционирования англоязычной лексемы “fashion” как доминирующей единицы дискурса моды (на материале русского языкового цифрового пространства сети Интернет)

Дедюхина А. Г., Дедюхин А. А.

Аннотация. Цель работы – определить особенности функционирования англоязычной лексемы “fashion” и ее словосочетаний как доминирующей единицы дискурса моды в русском языковом цифровом пространстве сети Интернет. В работе рассмотрено функционирование англоязычной лексемы “fashion” и ее словосочетаний в принимающем русском языке, многоуровневое вхождение, описаны структурные характеристики, предложена тематическая характеристика. Научная новизна работы заключается в комплексном исследовании особенностей функционирования англоязычной лексемы “fashion” в современном русском языке, основываясь на языковом цифровом материале сети Интернет. В результате исследования было выявлено 144 англоязычные заимствованные единицы с ключевым компонентом “fashion” или «фэшн», выделены 14 тематических подгрупп англоязычных заимствований; определены такие тематические подгруппы, как «Образование», «Бизнес», «Профессии и должности», «Профессиональные продукты деятельности», которые содержат наибольшее количество словосочетаний с ключевым компонентом “fashion” или «фэшн» и обусловлены научно-техническим прогрессом, усложнением производственных процессов, цифровизацией, глобализацией и другими процессами.

EN

Peculiarities of the functioning of the English lexeme “fashion” as a dominant unit of fashion discourse (based on the material of the Russian linguistic digital space of the Internet)

Dediukhina A. G., Dediukhin A. A.

Abstract. The aim of the work is to determine the peculiarities of the functioning of the English lexeme “fashion” and its combinations as a dominant unit of fashion discourse in the Russian linguistic digital space of the Internet. The paper considers the functioning of the English lexeme “fashion” and its combinations in the receiving (Russian) language, its multilevel entry, describes the structural characteristics, suggests a thematic description. The scientific novelty of the work lies in taking a comprehensive approach to the study of the peculiarities of the English lexeme “fashion” in the modern Russian language based on the linguistic digital material of the Internet. As a result of the research, 144 English-language borrowed units with the key component “fashion” were detected, 14 thematic subgroups of the English borrowings were identified; such thematic subgroups as “Education”, “Business”, “Professions and positions”, “Professional products of activity” were highlighted. These subgroups contain the largest number of combinations with the key component “fashion” and are attributable to the scientific and technological progress, the complication of production processes, digitalisation, globalisation and other processes.

Введение

Актуальность темы исследования многоаспектна. Во-первых, фэшн-дискурс, или дискурс моды, привлекает внимание многих лингвистов в силу большой популярности феномена моды и фэшн-индустрии в современных цифровых средствах массовой информации. Во-вторых, в силу изменяющейся картины мира и глобализационных процессов сегодня мы наблюдаем активный рост, проникновение и функционирование англоязычной лексики в современном русском языке. В-третьих, глобальный масштаб распространенности информационного поля дал импульс для появления новых реалий, а вместе с этим и образования новых дискурсов, новейшей лексики.

Столь возросший интерес к индустрии моды, шика и гламура, развитие новых цифровых платформ интернет-коммуникации и вызовы нового времени обусловили массовое появление англоязычной заимствованной лексики в современном русском медиапространстве, что и повлияло на выбор темы исследования. Более того,

русское цифровое пространство сети Интернет дает уникальную возможность извлечения и изучения большего количества языкового материала в силу своей быстроты и масштаба распространения информации по сравнению с печатными СМИ.

Для достижения цели исследования необходимо решить следующие задачи:

- изучить тексты дискурса моды в русскоязычном цифровом пространстве сети Интернет, содержащие англоязычные заимствования с ключевым компонентом “fashion” или «фэшн», в период 2020–2022 гг., провести количественный подсчет отобранных лексических единиц и уточнить сущность понятия «дискурс моды»;
- описать многоуровневое вхождение англицизмов, содержащих ключевой компонент “fashion” или «фэшн» и функционирующих в цифровом пространстве русского языка на фонетическом, графическом, морфологическом и семантическом уровнях;
- классифицировать тематические подгруппы англоязычных заимствований, содержащие ключевой компонент “fashion” или «фэшн», на материале русского языкового цифрового пространства сети Интернет;
- выявить структурные характеристики англоязычных заимствований с ключевым компонентом “fashion” или «фэшн».

В работе были применены контекстуальный метод, метод лингвопрагматического анализа и описательный метод. Контекстуальный метод был применен с целью установить особенности актуализации изучаемых единиц в исследуемом типе текста. Метод лингвопрагматического анализа – для выявления зависимости использования различных средств выражения в фонде русского языка от элементов материальной и поведенческой культуры; описательный метод – для выявления характерных особенностей англоязычных заимствований в дискурсе массмедиа.

Теоретическую базу составляют работы таких исследователей, как Ю. М. Алюнина (2019), Ю. В. Ахметшина (2020), О. Р. Бондаренко (2020), Ж. В. Лихачева (2017), А. Мюллер (2020), Ф. Р. Хонимкулова (2021), N. Fairclough (2006), I. Piller, J. Zhang, J. Li (2020), в области языкового заимствования. За основу принимались труды О. С. Исхаковой (2017), Ю. С. Болотовой и Н. Ю. Мороз (2016), В. В. Кузнецовой (2021), М. Ю. Рябовой (2021), посвященные особенностям дискурса моды. Кроме того, учитывались работы Е. И. Головановой (2015), З. И. Минеевой (2015), указывающие на когнитивное усложнение мира и наименований; а также Г. К. Исмагиловой, А. Р. Нурутдиновой (2020), М. Н. Ляшевой (2019), А. В. Зориной (2018), описывающие специфические черты контента интернет-дискурса и интернет-лексики. Важным аспектом исследования явились работы С. С. Иванова, А. С. Рукоминой, М. В. Золотовой (2020), Чень Шаосюн (2020), А. А. Дедюхина и А. Г. Дедюхиной (2021), Ю. И. Сигидова и В. П. Кочкиной (2019), которые отражают особенности англоязычных заимствований в современном русском языке.

Материалом для исследования послужили русскоязычные тексты дискурса моды цифрового пространства сети Интернет, содержащие англоязычную лексику “fashion” и ее словосочетания. Были проанализированы блоги, чаты, реклама, гляцевые журналы (электронные версии), электронные средства массовой информации в сети Интернет за период 2020–2022 гг., в результате чего было обнаружено 144 англоязычные заимствованные единицы, содержащие ключевой компонент “fashion” или «фэшн». Для данной работы использовались такие русскоязычные сайты, как Дзен (<https://m.dzen.ru/fashion>), Glossy.ru (<https://glossy.ru>), Vogue (<https://vogue.ru>), Marie Claire (<https://marieclaire.ru>), Glamour (<https://glamour.ru>), Cosmopolitan (<https://cosmopolitan.ru>), Fashion Collection (<https://fcollection.ru>), PROfashion (<https://profashion.ru>), Elle.ru (<https://elle.ru>). Также в работе были изучены данные из электронного словаря англицизмов русского языка А. И. Дьякова (<https://anglicismdictionary.ru/Slovar>).

Практическая значимость исследования заключается в том, что отобранный материал и результаты исследования могут найти применение в гуманитарных вузах при разработке, изучении лекционных и практических курсов по лингвистике и лексикологии, а также могут найти применение в создании учебников, учебно-методических пособий для студентов гуманитарных специальностей.

Обсуждение и результаты

Сегодня фэшн-индустрия привлекает внимание и становится доступной для большего количества людей в силу ее цифровизации и глобального масштаба распространения информационного поля. В мировом и русскоязычном современном цифровом пространстве стало возможным использовать индустрию моды в качестве отражения и передачи современных социально значимых ценностей.

Считается, что мода – это многосторонний феномен современной жизни, и, следовательно, дискурс моды имеет очень сложную природу и находится в тесном взаимодействии с научным, искусствоведческим, историческим, медийным, рекламным и другими дискурсами (Исхакова, 2017, с. 28). В. В. Кузнецова (2021, с. 176) рассматривает дискурс моды в качестве вербализованной речемыслительной деятельности, которая тематически обусловлена концептом МОДА и представляет совокупность общения как процесс и текстов как результат этого процесса.

Такие исследователи, как Ю. С. Болотова и Н. Ю. Мороз (2016, с. 23–24), выделяют три подвиды дискурса моды (информирующий, инструктирующий, маркетинг-ориентированный) и считают дискурс моды сложным коммуникативным событием, происходящим между производителями и потребителями моды в определенный отрезок времени в сфере СМИ, маркетинга и рекламы, реализуемым в виде тематически связанных текстов, посвященных моде. Также М. Ю. Рябова (2021, с. 454) в своем исследовании приводит мнение о том, что фэшн-дискурс, или дискурс моды, – это институциональный медийный дискурс, воплощаемый в форме гламурных жанровых изданий, посвященных описанию модных тенденций (в области одежды и образа жизни в целом), актуальных в настоящий период времени.

Таким образом, можем прийти к выводу о том, что дискурс моды является сложной многогранной коммуникативной деятельностью, которая представляет собой совокупность общения производителей и потребителей, реализующейся через тексты и отражающей ключевые и глобальные тенденции мирового сообщества.

Рассмотрим термины, содержащие лексему “*fashion*” и обозначающие разновидности моды. *Green fashion* (зеленая мода) – метод производства одежды с использованием экологического подхода. *Fast fashion* (быстрая мода) – это метод производства одежды, ориентированный на быстрое производство одежды, обуви и аксессуаров, используя низкокачественные материалы, что позволяет покупателям приобрести продукцию недорого. *Slow fashion* (медленная мода) – противоположное *fast fashion* понятие, метод производства одежды, при котором изготавливаются вещи из высококачественных материалов с заботой об экологии и потребитель старается покупать меньше и реже. Заметим, что в современном русском языке данные словосочетания употребляются в своей исконной форме (*green fashion, fast fashion, slow fashion*), в форме дословного перевода (*зеленая мода, быстрая мода, медленная мода*) и с помощью транслитерации (*грин фэшн, фаст фэшн, слоу фэшн*).

Далее приведем анализ многоуровневого вхождения исследуемой англоязычной лексемы “*fashion*” и ее словосочетаний, извлеченных из текстовых материалов русскоязычного цифрового пространства сети Интернет.

В начале своего пути заимствованная лексема проходит **фонетико-графический уровень** освоения. На данном уровне лексема “*fashion*” адаптируется фонетически и графически и может быть передана следующими средствами:

- 1) средствами английского алфавита (исконного прототипа): *fashion; slow fashion, fast fashion, green fashion*;
- 2) средствами русского алфавита (принимающего языка): *фэшн* или *феишн*;
- 3) средствами английского и русского алфавитов (смешанный способ): *fashion-дизайн, fashion-поговорка*;
- 4) средствами принимающего языка – русского (обе части сложного слова): *феишн-студия, фэшн-консультант*.

Отметим, что каждый уровень прохождения фонетико-графического освоения говорит о более глубоком адаптационном периоде заимствованной лексемы “*fashion*”. Исходя из приведенных примеров, наблюдаем процесс перехода англоязычной лексемы “*fashion*” в англоязычное заимствование «*фэшн*» или «*феишн*», где вторая буква данного слова имеет еще пока не фиксированную форму и употребляется в двух вариантах. Также были обнаружены примеры появления второго слога в данном англицизме с помощью добавления буквы *e* или *и* (*фэишен, фэишин*).

Примечательным является тот факт, что анализируемая лексическая единица используется как в одиночном употреблении (*fashion/фэшн*), так и в составе сложного слова, где лексема *fashion* является первой частью сложного слова, в то время как русским алфавитом представлена вторая часть (*fashion-нуар*). Данное явление называется смешанным или гибридом, при котором одна часть термина заимствуется из английского языка, а вторая к этому времени уже существует в русском языке или является калькой (Хахалева, 2021, с. 87). Также считаем, что в большинстве случаев данный англицизм употребляется в составе сложного слова или выражения и передан с помощью средств принимающего языка (*феишн-магазин, феишн-стор*).

На **морфологическом уровне** заимствованная лексема “*fashion*” не приобретает грамматические характеристики принимающего языка (русского) – падежные окончания – и употребляется в современном русском языке как несклоняемое существительное, выступая в роли коннотативного элемента, входящего в состав сложного слова. Более того, было обнаружено употребление данной лексемы, входящей в состав сложного прилагательного (*фэшнблоггерский*).

На **семантическом уровне** лексема “*fashion*” расширяет свое первоначальное значение слова, объем информации и увеличивает количество употреблений в роли коннотативного элемента: *fashion-школа, фэшн-распродажа, фэшн-трансляции, феишн-мастер-класс*.

В электронном словаре англицизмов А. И. Дьякова были зафиксированы англицизм «*фэшн*» и словосочетания с ним: *фэшн, фэишин, фэшн-бизнес, фэишиониста, фэшн-индустрия, фэшн-кафе, полный фэшн, фэшн долз, фэшн-блог, фэшн-блоггер, фэшнблоггерский, фэшн-индустрия, фэшн-прогноз, фэшн-шоу*. Все 14 англицизмов, представленные в словаре, переданы в ассимилированной форме средствами русского языка, что говорит о глубокой фонетико-графической адаптации в принимающем языке. Также отметим написание в двух вариантах однокомпонентного слова: *фэшн* и *фэишин* (добавление буквы *и*).

Считаем, что семантическую вариативность наиболее полно отражает **тематическая классификация** исследуемой лексемы в русском языковом цифровом пространстве. Нам удалось выделить следующие часто употребляемые тематические подгруппы:

- социальная сфера: *фэшн-школа, фэшн-магазин, фэшн-индустрия, фэшн-маркет*;
- образование: *фэшн программы, фэшн занятия, фэшн-курсы, фэшн-консультации, фэшн-конференция, фэшн-семинар, фэшн-справочник, феишн-формат, фэшн-мастер-класс, fashion-дискурс, фэшн-психология*;
- названия организаций: *Fashion Butik, Fashion-Studio, Fashion-Bank, Fashion Kids*;
- платежи и покупки: *феишн ритейл, фэшн-заказы, фэшн-распродажи*;
- телевидение: *феишн ТВ, феишн-трансляции, феишн-эфир, фэшн-съёмка, фэшн-показ*;
- Интернет: *фэшн-блог, фэшн-блогер*;
- помещения: *феишн-маркет, фэшн-корнер, фэшн-магазин, фэшн-офис, фэшн-хаус*;
- бизнес: *фэшн-бизнес, фэшн-офис, фэшн-переговоры, фэшн-заказы, фэшн-сфера, фэшн-команда, фэшн-ритейл, фэшн-коллекция, феишн-кампания*;
- профессии и должности: *фэшн-консультант, фэшн-блогер, фэшн-фотограф, фэшн-стилист, фэшн-модель, фэшн-директор, фэшн-психолог, фэишен-критики, фэшн-иллюстратор*;
- термины: *грин фэшн, слоу фэшн, фаст фэшн*;

- профессиональные услуги или процедуры: *фэшн-макияж, fashion-фотосессия, фэшн-съемка, фэшн-терапия*;
- профессиональные продукты деятельности: *fashion-эскизы, фэшн-фотографии, fashion-иллюстрации, фэшн-скетчинг, фэшн-работа*;
- разное: *фэшн-стайл, фэшн-стиль, фэшн-поговорка, фэшн-истории, fashion-пространство, fashion-продукция, фэшн-саундтрек*.

Итак, тематическая классификация лексемы “*fashion*” показывает употребление некоторых словосочетаний одновременно в нескольких тематических подгруппах. Отметим, что такие тематические подгруппы, как «Образование», «Бизнес», «Профессии и должности», «Профессиональные продукты деятельности», включают в себя наибольшее количество словосочетаний с ключевым компонентом “*fashion*” или «*фэшн*».

Далее рассмотрим **структурные характеристики** англицизмов с ключевым компонентом “*fashion*” или «*фэшн*», которые можно классифицировать по следующим группам и подгруппам по степени ассимиляции и количеству компонентов или слов, входящих в словосочетание:

1) неассимилированные англицизмы с ключевым компонентом “*fashion*”, переданные средствами английского языка (исконного):

- однословные: *fashion*;
- двухсловные, переданные через дефис: *fashion-designer*;
- двухсловные, переданные раздельным написанием: *green fashion*;

2) ассимилированные англицизмы с ключевым компонентом «*фэшн*», переданные средствами русского языка (принимающего):

- однокомпонентные или однословные: *фэшн*;
- двухкомпонентные или двухсловные (переданные с помощью дефиса): *фэшн-бутик, фэшн-концепция*;
- двухкомпонентные или двухсловные (переданные без дефиса): *фэшн ритейл, фэшн ТВ*;
- трехкомпонентные или трехсловные (переданные с помощью дефиса): *фэшн-мастер-класс*;

3) англицизмы с частичной ассимиляцией, содержащие ключевой компонент “*fashion*” и переданные средствами двух языков (двухкомпонентные с дефисом): *fashion-эскизы, fashion-продукция*.

Заметим, что одни и те же словосочетания могут быть переданы разными способами как с частичной ассимиляцией (*fashion-фотосессия, fashion-трансляция*), так и с полной (*фэшн-фотосессия, фэшн-трансляция*).

Таким образом, считаем, что англоязычные заимствования выполняют компрессивную функцию, т. е. служат для экономии языковых средств и языкового пространства, с помощью чего достигается сжатость, лаконичность, но и в тоже время содержательность и экспрессивность.

Заключение

Таким образом, результаты проведенного исследования позволяют сформулировать следующие выводы.

Исследование русскоязычных текстов дискурса моды и обнаруженные 144 англоязычных заимствований с ключевым компонентом “*fashion*” или «*фэшн*» доказывают факт доминирования лексемы “*fashion*” в русскоязычном дискурсе моды цифрового пространства сети Интернет как следствие сложной многогранной коммуникативной деятельности, которая представляет собой совокупность общения производителей и потребителей, реализуется через тексты и отражает ключевые и глобальные тенденции мирового сообщества.

В силу своей быстроты и масштаба распространения информации, по сравнению с другими источниками, русскоязычное цифровое пространство сети Интернет дало почву для анализа и описания многоуровневого вхождения исследуемых заимствованных лексических единиц в современном цифровом пространстве русскоязычного дискурса моды в контексте социо-прагматических стимулов их актуализации, что подчеркивает «жизнеспособность», частотность употребления англоязычной лексемы “*fashion*”.

Тематическая классификация англоязычных заимствований (13 подгрупп), содержащих ключевой компонент “*fashion*” или «*фэшн*», указывает на то, что англоязычная лексема “*fashion*” является доминирующей единицей дискурса моды в русском языковом цифровом пространстве сети Интернет и подчеркивает тематические доминанты рассматриваемого периода.

В результате приведенной структурной характеристики англоязычных заимствований с ключевым компонентом “*fashion*” или «*фэшн*» нами были обнаружены одно-, двух-, трехсловные структуры с дефисом и без, которые являются ассимилированными, неассимилированными англицизмами или англицизмами с частичной ассимиляцией. Лексема “*fashion*” входит в состав трехкомпонентных словосочетаний, что обусловлено научно-техническим прогрессом, стремлением носителей языка к точности наименования понятий и разграничению их с уже имеющимися понятиями в языке.

Перспективы дальнейшего исследования заключаются в привлечении новейшего и большего количества языкового материала, который будет отражать языковые реалии и тенденции мирового сообщества.

Источники | References

1. Алюнина Ю. М. Блог как источник новейших англицизмов: на материале текстов интернет-дискурса моды // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». 2019. Т. 17. № 4. <https://doi.org/10.25205/1818-7935-2019-17-4-78-91>
2. Ахметшина Ю. В. Современные англоязычные заимствования и проблема межвариантности в свете общей теории заимствования // Мир науки, культуры, образования. 2020. № 1 (80).

3. Болотова Ю. С., Мороз Н. Ю. О стратегиях и тактиках дискурса моды // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2016. № 20 (759).
4. Бондаренко О. Р. Современная дилемма: овладение английским языком и сохранение русскоязычной идентичности? // Вестник Воронежского государственного университета. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». 2020. № 3. <https://doi.org/10.17308/lic.2020.3/2925>
5. Голованова Е. И. Новые названия лиц по профессии и должности в русском языке // Вестник Челябинского государственного университета. Филологические науки. 2015. № 27 (382). Вып. 98.
6. Дедюхин А. А., Дедюхина А. Г. Классификационные тематические группы англоязычных заимствований семантического поля «красота» на материале российских глянцевого женских журналов // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2021. Т. 25. № 1. <https://doi.org/10.18522/1995-0640-2021-1-68-77>
7. Зорина А. В. Англицизмы в современном русском языке (на примере интернет-лексики) // Казанский лингвистический журнал. 2018. Т. 1. № 2 (1).
8. Иванов С. С., Рукомица А. С., Золотова М. В. Лингвистические и экстралингвистические особенности англоязычных заимствований в русском языке. Реклама как суггестивный канал англоязычных заимствований // Мир науки, культуры, образования. 2020. № 1 (80).
9. Исмагилова Г. К., Нурутдинова А. Р. Русскоязычные жаргонизмы из англоязычной среды в Интернете // Казанская наука. 2020. № 1.
10. Исхакова О. С. Дискурс моды vs глянцевого журнального дискурса моды // European Science. 2017. № 3 (25).
11. Кузнецова В. В. Концептуальный аспект дискурса моды // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2021. № 10 (163).
12. Лихачева Ж. В. О способах заимствования в современном русском языке на примере молодежного сленга // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2017. Вып. 30 (4).
13. Ляшева М. Н. Функционирование идеологем в современном развлекательном интернет-дискурсе: дисс. ... к. филол. н. Ростов н/Д, 2019.
14. Минеева З. И. Контаминация в образовании номинаций человека // Вестник Удмуртского университета. История и филология. 2015. Т. 25. Вып 2.
15. Мюллер А. Об отражении пандемии в разнокультурных лингвистических ландшафтах (на примере элементов публичного пространства Минска, Нюрнберга и Варшавы) // Коммуникативные исследования. 2020. Т. 7. № 4. [https://doi.org/10.24147/2413-6182.2020.7\(4\).846-864](https://doi.org/10.24147/2413-6182.2020.7(4).846-864)
16. Рябова М. Ю. Параграфемные средства экспрессивности в англоязычном дискурсе моды // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2021. Т. 14. Вып. 2. <https://doi.org/10.30853/phil210045>
17. Сигидов Ю. И., Кочкина В. П. Англоязычное заимствование в русской экономической терминологии // Вестник Академии знаний. 2019. № 30 (1).
18. Хахалева А. Ю. Основные направления в изучении современного русскоязычного PR-дискурса // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6. 2021. № 1. <https://doi.org/10.31249/ling/2021.01.04>
19. Хонимкулова Ф. Р. Англицизмы в современном русском языке // Academic Research in Educational Science. 2021. Vol. 2.
20. Чень Шаосюн. Неологизмы русского языка на основе англоязычных заимствований // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Филологические науки. 2020. № 9 (152).
21. Fairclough N. Language and Globalization. L., 2006.
22. Piller I., Zhang J., Li J. Linguistic Diversity in a Time of Crises: Language Challenges of the COVID-19 Pandemic // Multilingua. 2020. Vol. 39. Iss. 5. <https://doi.org/10.1515/multi-2020-0136>

Информация об авторах | Author information



Дедюхина Анна Геннадьевна¹, к. филол. н.
 Дедюхин Андрей Александрович², к. филол. н.
^{1,2} Кубанский государственный университет, г. Краснодар



Dediukhina Anna Gennadievna¹, PhD
 Dediukhin Andrey Aleksandrovich², PhD
^{1,2} Kuban State University, Krasnodar

¹ anna_dedukhina@mail.ru, ² dedukhinand@mail.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 18.07.2023; опубликовано online (published online): 19.09.2023.

Ключевые слова (keywords): англоязычная лексема; многоуровневое вхождение лексемы; языковое цифровое пространство; доминирующая единица дискурса моды; English lexeme; multilevel entry; linguistic digital space; dominant unit of fashion discourse.