

RU

Психомеханика дискурса французской моды

Седых А. П., Бузинова Л. М., Иванова В. Р.

Аннотация. Цель исследования – психолингвистическое описание и таксономия основных особенностей французского дискурса моды. Научная новизна работы заключается в том, что в центр специального исследования ставится лингвосомиотическое отражение мира французской моды. Достаточно новым является междисциплинарный подход к исследованию языкового и дискурсного материала в русле изучения лингвосомиотических механизмов функционирования специальных терминов, как в пространстве законченного высказывания, так и на уровне универсального фонда национального языка. Один из ключевых моментов работы – развитие концепции антропологической психомеханики языка Гюстава Гийома в рамках дискурсного толкования категории «языковой знак», которая рассматривается как семиотическая целостность и аксиологический конструкт, функционирующий в синергии двух форматов: индивидуальной и универсальной идентичности. Базовым элементом выявления признаков нарратива моды данного типа выступает лингвистический анализ дискурса, который генерирует аутентичные параметры функционирования ментального мира. Когнитивное и эпистемическое измерение знания закладывает основы для потенциального развития исследовательской мысли в русле осуществления концептуального и лингвопсихологического анализа дискурсного пространства. Полученные результаты показали преобладание универсальных параметров дискурса моды, а также позволили обнаружить на уровне языковой идентичности информацию об элементах мировоззрения и менталитета коллективного носителя национального языка. Представленные итоги исследования позволяют говорить о возможных способах преодоления кризисно-стрессовых ситуаций на путях экзистенциальной стабилизации поведенческих моделей когниции и коммуникации.

EN

Psychomechanics of the French fashion discourse

Sedykh A. P., Buzinova L. M., Ivanova V. R.

Abstract. The aim of the study is to provide a psycholinguistic description and taxonomy of the main features of the French fashion discourse. The scientific novelty of the work lies in the fact that the linguo-semiotic reflection of the world of French fashion is placed at the center of a special study. Quite new is the interdisciplinary approach to the study of linguistic and discourse material in line with the study of linguo-semiotic mechanisms of the functioning of special terms, both in the space of a complete utterance and at the level of the universal stock of the national language. One of the key points of the work is the development of the concept of anthropological psychomechanics of language by Gustave Guillaume within the framework of the discursive interpretation of the category of “linguistic sign”, which is considered as a semiotic integrity and axiological construct functioning in the synergy of two formats: individual and universal identity. The basic element of identifying the features of this type of fashion narrative is the linguistic analysis of the discourse, which generates authentic parameters of the functioning of the mental world. The cognitive and epistemic dimension of knowledge lays the foundation for the potential development of research thought in line with the implementation of the conceptual and linguo-psychological analysis of the discourse space. The results obtained showed the predominance of the universal parameters of the fashion discourse and also made it possible to find information about the elements of the worldview and mentality of the collective native speaker of the national language at the level of linguistic identity. The presented results of the study allow us to talk about possible ways of overcoming critical and stressful situations on the course to existential stabilisation of behavioural models of cognition and communication.

Введение

Повышение роли личностного мироощущения, всё возрастающие потребности индивида и востребованность обществом адекватных оценок получаемой перманентно ускоряющимися темпами информации и определили актуальность тематики нашей работы. Дискурс моды обладает мощным потенциалом воздействия

на сознание современного человека, а психосистемный подход к анализу дискурса представляется актуальным и востребованным как для современного исследователя, так и для носителя национального языка.

Современная эпистемология позиционирует дискурс как деятельность, тем более это касается дискурса моды, который стремится к активной манипуляции общественным и индивидуальным сознанием, иными словами, воздействует на глубинную идентичность индивида. Специальная терминология выступает неотъемлемым элементом дискурса моды, и в этом плане терминологический аппарат и дискурсные конструкции есть продуктивный источник для реконструкции сущностных признаков модели языковой личности современного человека (Седых, Багана, 2008).

Категория идентичности, в частности «языковая личность», «дискурсная идентичность», «психолингвистическое тождество», всё чаще попадает в фокус внимания филологического сообщества (Азначева, 2009; Бушев, 2010; Горелов, Седов, 2001; Карасик, 2007; Седых, 1998; Charaudeau, 2009; *Identités sociales...*, 2009; Kristeva, 2000). Вместе с тем изучение психомеханики построения высказывания-дискурса находится на начальном этапе современных эпистемологических изысканий (Sedykh, Ivanishcheva, Koreneva et al., 2018; Simonneau, 2010), при этом терминологический корпус психолингвосомиотического исследования картины мира моды и статуса модного дизайнера в национальном и всемирном измерении лингвокультуры только начинает обретать всё более чёткие концептуальные очертания.

В задачи нашего исследования входит лингвосомиотическая и психолингвистическая реконструкция модели построения дискурса. Ключевым для проекта выступает выявление статуса дискурсной идентичности и её актуальности для современного человека с точки зрения выбора адекватной модели мировосприятия и коммуникации. Мы говорим не только о лингвокультурном аспекте дискурса, но и об универсальной методике мировоззрения, свойственной любому языковому сообществу, лингвокультурному пространству, иными словами, антропологической ипостаси национального языка. Адекватность, аутентичность и деятельностный подход являются приоритетами не только для филологов, но и для культурологов, психологов, социологов и, обобщая, гуманитарной парадигмы современного научного знания.

Теоретическую базу работы составляют концепции следующих исследователей и направлений: принципов теоретической лингвистики и психомеханики (Babu, 2014; Eco, 1988; Guillaume, 1982; Tabachnick, 2011), теории этнокультурных следов языкового знака и языковой личности (Седых, 1998; 2022), дискурсной идентичности (Charaudeau, 2009; *Identités sociales...*, 2009; Sedykh, Emanuele, Kugan, 2022), интеракционной коммуникации (Kerbrat-Orecchioni, 2005). Дополнительным элементом категоризации языкового материала явились идеи лингвистической персониферы (Нерознак, 1996) и интерпретативной семантики (Rastier, 2009; Droit, 2021), исторической лингвосомиотики (Donneau, 2011).

Значимость теоретических построений исследования видится в разработке психосистемной трактовки категории «дискурс» с введением дополнительных синергетических параметров дискурсной идентичности. Анализ эмпирического материала (*Dire la mode en français. Langue-française-et-langues-de-France*. URL: <https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Langue-francaise-et-langues-de-France/Actualites/Dire-la-mode-en-francais>) позволяет говорить о подтверждении научных положений философии языка, теории дискурса и лингвосомиотики. Методика, теоретические позиции и результаты исследования могут послужить для дальнейших разработок теории моделирования специальной, в частности профессиональной, картины мира и нового терминологического репертуара психосистемной эпистемологической направленности.

Методы исследования включают в себя дискурсно-коммуникативную интерпретацию высказывания, а также выделение мотивировочных признаков дискурса для обозначения реалий когнитивно-профессиональной деятельности.

Материалы исследования: Larousse. *Le dictionnaire de linguistique et des sciences du langage*. P., 2013; *Trésor de la Langue Française informatisé (TLF)*. URL: <https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/philologique>.

Практическая значимость исследования состоит в возможности применения его результатов в процессе преподавания психосистемных основ языкознания и межкультурной коммуникации, на лабораторных занятиях филологических и переводческих специальностей, в рамках практических курсов по подготовке преподавательского состава педагогических институтов и преподавателей классических университетов.

Обсуждение и результаты

Без сомнения, мода зародилась во Франции, а Париж, столица моды, заставляет мечтать весь мир не только своей материальной продукцией, но при помощи тщательно сформированного дискурса и манипулятивно-нарратива. В увлекательном мире высокой моды и готовой одежды, где инновации возведены в ранг искусства, язык продолжает развиваться, он «играет», обогащается, заимствует: мода «соблазняет» не только одеждой, но и словами (Косицкая, 2014). В этой перспективе вокабуляр французской моды «обрастает» дополнительными (периферийными) яркими значениями, которые И. А. Стернин, А. В. Рудакова (2011) называют термином «психолингвистическое значение». По мысли учёных, данные значения – это реальные значения, которые реально существуют в сознании носителя национального языка в отличие от лексикографических значений, отражаемых в словарях, и могут быть выделены при помощи ассоциативного эксперимента или на уровне контекстных употреблений лексемы. Сюда же можно отнести и заимствования из других языков, которые

обогащают национальный язык и генерируют спектр психолингвистической семантики в рамках узуса определенной тематики или дискурса, в частности дискурса французской моды.

Если сегодня именно французский язык заимствует большую часть новых слов из английского языка, то последний сделал то же самое гораздо раньше: так, слово мода происходит от старофранцузского *façon*, джинсовая ткань происходит от *Nîmes*, а англичане, в свою очередь, постоянно употребляют такие слова, как *chic* (шик, изящество, элегантность), *prêt-à-porter* (прет-а-порте), *toilette* (костюм, манера одеваться, туалет) или *dernier cri* (последний крик моды), причём произносят их на французский манер, то есть по правилам французской фонетики, хотя и с сильным английским акцентом (TLF). Наоборот, многие слова оседают во французском языке, например: *pyjama* (пижама), *jersey* (джерси), *tweed* (твид), *smoking* (смокинг), *raglan* (реглан), *sportswear* (спортивная одежда) или даже *legging* (леггинсы) (TLF).

В этом непрекращающемся движении перекрестных межкультурных лексических обменов определенные термины сосуществуют в двух видах, национального и заимствованного лексикона в двух вариантах. Так, французы используют параллельно такие пары слов: **challenge** и *défi* (вызов), **start-up** и *jeune-pousse* или **fashion week** и *semaine de la mode*. Однако другие языковые единицы английского лексикона должны быть переведены и определены, чтобы оставаться понятными. Кстати, эта миссия поддерживается государством и даёт возможность Французской Республике «гордиться подобным инструментарием для обогащения французского языка» (Rey, 2005, p. 674-675).

В последние десятилетия французская мода претерпела глубокие трансформации. В частности, развитие электронной коммерции привело к серьезным изменениям в дистрибуции продукции с появлением новых форматов магазинов и методов маркетинга, а также к трансформации бизнес-моделей. Новые технологии также оказывают свое влияние не только на производство, но и на сопутствующие ему новые лингвистические явления. Покупательские привычки также сильно изменились: нетерпеливый французский потребитель (да и не только французский) постоянно ищет инновации в магазинах или социальных сетях, а также становится всё более требовательным с точки зрения творчества, услуг, этических или экологических соображений.

Все эти новшества «трансформируются» в новые слова. В этом смысле словарь моды является не только отражением своего времени, но и отвечает новым вызовам и тенденциям сохранения и прославления французского языка. Речь идёт о переводе большинства английских слов дискурса моды на французский язык, что создаёт предпосылки для обогащения структуры значений привычных слов новыми психолингвистическими семантико-смысловыми конфигурациями (*Dire la mode en français*).

Проанализируем ряд наиболее ярких лексических переводов на предмет выявления психолингвистики французских неологизмов моды (*Dire la mode en français*):

Audition = casting (*прослушивание* вместо *кастинга*)

Режим отбора артистов, моделей, которые могут участвовать в показе мод, или сыграть роли в фильме, пьесе или телевизионной программе. *Journal officiel du 18 janvier 2005*.

Boutique-concept = concept store (*бутик-концепт* вместо *концептуальный магазин*)

Магазин, представляющий ограниченный и часто обновляемый выбор творений в самых разных областях, в частности в области моды, модных аксессуаров и искусства жизни. *Journal officiel du 25 juin 2019*.

Boutique éphémère = guerilla store / pop-up retail / pop-up store (*эфемерный бутик* вместо «*партизанский*» *магазин / стихийная торговая точка / магазин-однодневка*)

Магазин, рассчитанный на несколько дней, недель или месяцев, с целью: (а) продвижения бренда или продукта; (б) разовых или сезонных продаж. *Journal officiel du 5 août 2016*.

Capsule | collection capsule

Линия одежды или изделий, состоящая из предметов, изготовленных ограниченными сериями, которые выпускаются в течение достаточно короткого времени, вне постоянных и сезонных коллекций. *Journal officiel du 25 juin 2019*.

Catalogue de collection = look book (*коллекционный каталог* вместо *стильный альбом*)

Фотокаталог, созданный брендом и предназначенный для представления модной коллекции профессионалам. *Journal officiel du 25 juin 2019*.

Cogriffage valorisant = mass-luxury | mass(-)tige (*совместный престижный брендинг* вместо *доступная роскошь / элитный, но доступный*)

Стратегия совместного брендинга, позволяющая ритейлеру улучшить свой имидж за счет ассоциации с престижным брендом. → Связь между сетью массовой дистрибуции и модельером является примером полезного совместного брендинга. *Journal officiel du 28 mars 2018*.

Défilé = fashion show / showcase (*дефиле* вместо *фешн-шоу / 'витрина', ящик со стеклянной крышкой, где выставлены товары напоказ*). *Journal officiel du 3 mars 2006*.

Faiseur, -euse de mode | lanceur, -euse de mode = trend(-)setter (*модный деятель. разг. охмуряло / стартер моды* вместо *законодатель моды/стиля / фактор, определяющий тенденцию*)

Лицо, пользующееся достаточной известностью, чтобы запустить в связи с компанией моду или потребительское поведение. *Journal officiel du 18 mars 2011*.

Magasin amiral = flagship store (*адмиральский магазин* вместо *флагманский стор*)

Главный и знаковый магазин бренда. *Journal officiel du 25 juin 2019*.

Mode de la rue = street fashion | street trend (*мода улицы* вместо *уличный тренд*)

Доминирующая тенденция в городах с точки зрения одежды. *Journal officiel du 14 mai 2005.*

Mode durable = slow fashion (долговременная мода вместо = медленная мода)

Сектор моды, основанный на экономической модели, которая способствует качеству и прочности изделий и уважает этические и экологические принципы. *Journal officiel 2020.*

Mode express | mode éclair = fast fashion (экспресс-мода / мода-молния вместо быстрая мода)

Сектор моды, основанный на экономической модели, характеризуется очень быстрым обновлением коллекций недорогих вещей. *Journal officiel 2020.*

Rétro / à l'ancienne = vintage (ретро / по старинному рецепту / старомодный вместо винтажный)

Говорится об объекте, который имитирует прошлый стиль или ушедшую моду. *Journal officiel du 7 juin 2007.*

Stylisme | conception = design (стильная эстетика / сфера деятельности кутюрье / концептуальное проектирование вместо дизайн)

Работа над внешним видом промышленного изделия с целью достижения эстетического результата, соответствующего функциональным и коммерческим требованиям. *Journal officiel du 22 septembre 2000.*

Vu-acheté = SNBN | see now buy now ('увидел-купил' вместо 'смотри сейчас, покупай сразу')

Коммерческая практика, которая позволяет покупателю купить новое творение через несколько часов или дней после его презентации во время показа мод. *Journal officiel du 25 juin 2019.*

Как видим, переводная ассимиляция англицизмов во французском языке и лингвокультуре моды имеет свои особенности, среди которых можно выделить следующие психолингвистические механизмы:

1. Семантическое калькирование

Калькирование, как известно, это форма заимствования из одного языка в другой, заключающаяся в интеграции иностранного слова или выражения в переводной форме (например, *gratte-ciel*, образованный от американского *sky-scraper*). В русле калькирования переводные англицизмы во французском дискурсе моды увеличивают свою многозначность, иными словами, расширяют лексический потенциал за счёт собственной семантической эволюции (*Boutique éphémère; Vu-acheté*).

2. Концептуальное интегрирование

Данное явление основывается на знании и учёте исходной «психологической семантики» языковой единицы (Стернин, Рудакова, 2011). В результате появляются новые смыслы, которые вербализуются новой языковой единицей и фиксируются специфическим контекстом дискурса французской моды как национально-культурного явления, становясь концептом (*stylisme/conception; mode express / mode éclair*).

3. Психолингвистическое освоение

Здесь происходят следующие процессы: заимствованное слово постепенно входит в систему автохтонных понятий французского языка (язык-преемник), в результате чего термин начинает полноценное функционирование в языке. Новые смыслы закрепляются в формате однозначности и локализируются в психолингвистической семантике знаков дискурса моды на ближней и ядерной периферии. «Модное» слово утрачивает полисемичность исходного англицизма и становится моносемичным во французском профессиональном и впоследствии в обыденном дискурсе (*magasin amiral; cogriffage valorisant*).

В данной перспективе мы разделяем концепцию Гюстава Гийома о хроногенезе. Согласно данной теории, категория «хроногенез», или представление о времени, есть умственная операция, которая конструирует образ времени. Это движение мысли можно уловить на разных расстояниях от точки её (мысли) возникновения. В этом случае оперируют «отсроченным семиологическим захватом» хроногенеза, точки освоения могут быть *начальными, средними и конечными*, они фиксируют в мысли образ-время, только что созданный психической операцией хроногенеза, эти образы-времена называются *хронотезисами* (Guillaume, 1971; 1982).

Применяя положения концепции Гийома к анализу дискурса моды, в частности к описанию заимствований, можно предположить, что каждый из англицизмов претерпевает *психолингвистические трансформации* смыслов в русле указанных выше трёх этапов ассимиляции в лингвокультурологическом пространстве французского языка. В нашем случае предлагается использовать термин «образ-гештальт» как результат психолингвистического освоения (*saisie*) языком-реципиентом (французским языком) части семантики лексем языка-донора (английского языка). В этом смысле три категории (этапа ассимиляции) модуса дискурса моды обозначают не три разных явления, а три разных аспекта одного явления: построение образа-гештальта в языковом сознании носителя французского языка.

Эти три вектора «напряжения» образуют фундаментальный психомеханизм, который Гюстав Гийом называет «радикальным бинарным тензором» и который во множестве форм встречается повсюду в структуре различных языков: точно так же как в категории числа, радикальный тензор исходит из общего понятия множественного числа к частному понятию единственного числа, так же как и в случае с функционированием дискурса моды, психолингвистический тензор языкового сознания от универсальных смыслов приходит к частному понятию целостного представления об иноязычном референте (Guillaume, 1982).

По мысли Гюстава Гийома, «вещи мешают друг другу, идеи (образы) друг другу не мешают». Образы по-прежнему остаются вещами, но в меньшей степени, чем знаки, которые язык использует для экстерииоризации своего внутреннего содержания. «Думать образами – значит значительно уменьшать помехи вещей. Но для того, чтобы вызвать правильный образ, необходима длительная медитация, проводимая с тонкой строгостью. Существует риск построения ложных образов. Его значительно уменьшает необходимость начинать для построения образа с элементарных представлений большой простоты и выражающих требования предельного правдоподобия» (Guillaume, 1982, p. 136-137).

В семантическом корпусе заимствований, представленных выше номинантов, происходят подобные процессы психолингвистического «присвоения» одних лингвокультурных реалий другими, где «чужие» концепты становятся «своими». Рассмотренные случаи заимствования работают в двух направлениях, как для французского, так и для английского языков (Guillaume, 1982).

В этом плане надо напомнить, что со времен Вильгельма Завоевателя (1066) французская культура моды продолжает «вдохновлять» английский язык. Тем более что французская мода задавала тон всему миру с XVII века великолепием Версаля и до сегодняшних парижских недель моды.

Приведём краткий список французских заимствований английским дискурсом моды, которые также входят в активный фонд английского языка, где существуют в двух форматах, сохраняя особенности французского произношения или стремясь к таковому:

à la mode = *in fashion, in style*;

BCBG = *good style, good sort*;

boutique = *shop, store*;

chic = *stylish*;

crêpe de chine = *Chinese crepe*;

décolleté = *low neckline, lowered neckline*;

démodé = *out of fashion*;

dernier cri = *last cry*;

haute couture = *high sewing*;

luxe = *luxury*;

passé = *past*;

peau de soie = *skin of silk* (плотный, мягкий шелковый атлас или фабричное волокно с тонкой диагональной ребристостью и тусклым блеском);

prêt-à-porter = *ready to wear*;

soigné = *taken care of*;

toilette = *toilet*.

Напомним, что и французский язык «не отстаёт» от английского в плане заимствований, но надо отметить, что с точки зрения произнесения англицизмов носители языка Мольера не стремятся приблизиться к воспроизведению нормативной фонетики языка Шекспира. Нижеприведённый список отражает не только лексическую картину мира французского дискурса моды, а также фонетические компетенции её носителей:

backstage [baksta:ʒ] = *coulisses*;

casual wear [caʒual ve:r] = *mode décontractée*;

fashion addict [faʃœn adikt] = *accro de mode, fashionista*;

fashion victim [faʃœn viktim] = *victime de la mode*;

fashion week [faʃœn wik] = *semaine de la mode*;

fitting [fi'ting] = *essayage*;

front row [frɔ̃t ro] = *premier rang*;

it-bag [itbag] = *sac tendance*;

it-girl [itgœrl] = *fille tendance*;

lifestyle [laifstil] = *style de vie*;

sitting [si'ting] = *placement*;

skinny [ski'ni] = *très étroit*;

slim [slim] = *étroit*;

standing [stan'ding] = *places debout*;

street wear [strit ve:r] = *style inspiré de la mode de la rue*;

total look [total lyk] = *look total*;

tote-bag [tot'bag] = *sac bandoulière*;

work wear [work ve:r] = *mode inspirée du monde du travail*.

Основные произносительные проблемы у носителей французского языка вызывают английские дифтонги [aɪ]; [əʊ]; [au]; [ei]; [oi], а также следующие гласные звуки: [ʌ] (*duck, cut*); [æ] (*cat*). С точки зрения психофонетики или психофонологии это объясняется отсутствием данных просодийных явлений во французском языке. И, конечно же, все английские слова произносятся большинством французов с ударением на последний слог.

Надо сказать, что многие лингвисты, особенно французские, не рассматривают «двусторонние» заимствования как полноценные (интегральные) заимствования, они считаются французскими словами, их приветствуют как «эмигрантов», которые возвращаются в страну, так как «часто случается, что французы, заимствуя английское слово, только забирают обратно его собственность, только возвращают в обиход старое забытое слово» (Rey, 2005, p. 674-675). В целом их интеграция во французскую систему как фонетически, так и морфологически или графически происходит гораздо более естественно, чем у других англицизмов. Ведь с морфологической точки зрения легко образуются производные: *amateurisme, partenariat* (любительство, дилетантство, халтурная работа; партнёрство) и т. д. Что касается фонетики, то тут проблем практически нет: учитывая историческую этимологию этих заимствований, они произносятся по правилам французского языка.

Некоторые из недавно принятых заимствований уже лексикализованы во французском языке, причем критерий лексикализации соответствует факту включения в список словаря *Petit Larousse*. Такие слова, как *flashy, fun, hard, people, piercing, sportswear, string, vintage* (гламурный, клёвый, крутой, светская знаменитость, пирсинг, одежда в спортивном стиле, стринги, винтажный), – очевидные англицизмы, но их упоминание в *Petit Larousse* подтверждает, что они уже достигли определенной степени употребления и широко распространены (Larousse, 2013).

Мода постоянно меняется, рождая каждый сезон совершенно новые явления и тенденции. Великие кутюрье заново изобретают фасоны, вводят аксессуары и предлагают стили, которые затем должны быть названы. Заимствования иногда определяют стили: *urban, casual, boho, industrial, gothic, emo, street wear/fashion, pin-up, glamour/glam, vintage, hip-hop* (урбанистический, повседневный, бохо, индустриальный, готический, эмо, уличная одежда/мода, пин-ап, гламур, винтаж, хип-хоп), иногда покрой: *pencil dress/skirt, baby-doll, A-form* (платье/ юбка-карандаш, бэби-долл, А-форма), виды одежды: *tankini, pantalon cargo, skater, baggy* (танкини, штаны-карго, скейтер, мешковатые) или виды ткани: *denim dirty, denim destroy* (грязная джинса, рваная джинса) и т. д.

Очевидно, что некоторые слова относятся к совершенно новым объектам, для которых было бы трудно найти подходящий французский термин; это касается *jegging* = «джеггинсы» (контаминация от *legging* и *jeans*) – эластичные, очень облегчающие брюки, имитирующие по цвету и крою джинсы (с накладными карманами и накладной молнией) – или *tregging* = «треггинсы» (гибрид от *trousers* и *legging*) – очень обтягивающие брюки, как леггинсы, но с карманами, настоящей застежкой и петлями, из кожи, искусственной кожи или ламе, например: *Pas de doute, le tregging, version sophistiquée du legging, est un must-have* (Rey, 2005, p. 677). / Без сомнения, треггинсы, утонченная версия леггинсов, просто то что нужно.

Точно так же нельзя обойтись без таких терминов, как *low boots* (полусапожки), *peep-toe* (с открытым носком = ‘гляделки’) и *open-toe* (с открытым носком), причем последние обозначают обувь, открытую спереди, но отличаются тем, что *open-toe* обнажают все пальцы ног, а *peep-toe* показывают только один или два. Незаменимы и английские термины, соответствующие стилям в целом, поскольку они уже вошли в международную лексику. Каждый раз объяснять, что означают термины *glam, grunge, casual* или *boho*, существенно усложнило бы общение.

Тем не менее представляется очевидным, что во многих случаях мы имеем дело с неоправданными заимствованиями, т. е. с любым выражением или словом, для которых во французском языке уже имеется эквивалент, например: **fashionista** (*modeuse*), **fashion** (*mode*), **must-have** (*indispensable*), **look** (*allure*), **shopping** (*achats*), **dressing** (*garde-robe*), **cheap** (*bon marché*), **label** (*marque*), **loose** (*ample*), **slim** (*étroit*), **come-back** (*retour*), **make-up** (*maquillage*), **zip** (*fermeture glissière ou éclair*), **beach wear** (*mode balnéaire*), **must have** (*dernier cri*) (модница, мода, непрменный атрибут, стиль/имидж, шоппинг, гардероб, дешёвый, лейбл, просторный, узкий, возврат в профессию, косметика, зипер, пляжная мода, «последний крик») и т. д., за исключением примеров из рекламы или обозначения коммерческих продуктов (таких как **waterproof** = «водостойкая тушь для ресниц» или **shower gel** = «гель для душа»). По нашему мнению, все эти слова – неоправданные заимствования, то есть любое выражение, любое значение или любое слово, для которых во французском языке уже есть эквивалент.

Заимствования из английского языка на самом деле не претерпевают никаких фонетических изменений (по крайней мере, в написании) и обычно произносятся так же, как в исходном языке, – правда, иногда с сомнительными результатами.

Рассматриваемые англицизмы могут оставаться одной и той же частью речи, но это не всегда так. Сначала рассмотрим случаи, когда английские существительные сохраняют ту же функцию во французском языке (*Langue française et langues de France*. URL: <https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Langue-francaise-et-langues-de-France>):

Dans nos dressings. / В наших шкафах.

Dans le dressing des fashionistas. / В гардеробной модницы.

Fashionista – это образование 1990-х годов с испанским суффиксом, недавно лексикализованным в английском языке. Тем не менее это слово широко распространено в Интернете.

Les looks préférés des people. / Любимые образы звёзд.

Nos amies people, Marie en tête. / Наши знаменитые друзья, Мари во главе.

People означает не только «люди» (согласно его изначальному значению в английском языке), но особенно «известные люди, звезды» (русский вариант ‘пиплы’).

...on évite le make-up trop prononcé. / ...мы избегаем слишком большого количества макияжа.

Il fait son grand come-back mais attention, il est difficile à porter ! / Он возвращается с большим успехом, но будьте осторожны, его трудно носить!

...l'esprit des seventies. / ...дух семидесятых.

Слово «семидесятые» функционирует здесь как существительное, но также может выступать и как прилагательное (примеры будут следовать ниже).

...il lui arrive aussi d'enfiler son boyfriend troué. / ...он тоже иногда надевает свой дырявый бойфренд.

Boyfriend традиционно означает «бойфренд» (приятель мужского рода), но в данном контексте это особый покрой брюк (свободные и немного длинноватые, как будто позаимствованные у мальчика).

В случае сложных существительных имеется значительное количество выражений, образованных из двух слов, где целое функционирует как именная группа. В подавляющем большинстве случаев второе слово уже лексикализовано во французском языке:

En outre, je craque pour ce côté working-girl. / Кроме того, мне очень нравится этот стиль деловой девушки.

При этом слово «девушка» (**girl**) во французском языке лексикализуется только в значении «танцовщица».

...je leur fais assez confiance pour me lancer dans un **beauty test**. / ...я достаточно доверяю им, чтобы начать тест на красоту.

Quel est le **dress code** pour le **Startup Weekend**? / Какой дресс-код на Startup Weekend?

...en **total look**. / ...в едином стиле / целостный образ, готовый гардероб.

Следует отметить, что даже если некоторые из вышеприведённых выражений уже лексикализованы, они сохраняют типично английскую структуру именной группы с премодифицированной начальной морфемой или словом.

В корпусе мы также находим несколько случаев употребления существительных в качестве прилагательных – особенно если это существительное **fashion**:

Pour être **fashion**, vous pouvez tenter le **tee-shirt court**. / Чтобы быть модным, вы можете попробовать короткую футболку.

Elle confirme son statut de **rockeuse fashion**. / Она подтверждает свой статус фэшн-рокера.

Il revient cet hiver encore plus **fashion** que jamais. / Этой зимой он снова стал еще более модным, чем когда-либо.

Découvrez les looks préférés d'André **trendy** et **rock'n'roll**. / Откройте для себя любимые модные и рок-н-рольные образы Андре.

Toutes les tendances **people**. / Все модные звёздные тенденции.

Le look **eighties** (на этот раз как прилагательное). / Стиль восьмидесятых.

Le look **shopping** d'Olivia. / Магазиновый образ Оливии.

...esprit **gothique glam**. / ...гламурный готический дух.

Джинсы-бойфренды нашли массу подражателей, и бесчисленное количество модниц во Франции обожают и перенимают их:

Nous, on est complètement **fan** de ce type de couleur. / Мы полностью поклонники цвета этого типа.

L'esprit **rock**, c'était bien pour l'été mais cet automne, on adopte l'attitude **néo-grunge**. / Рок-дух был хорош для лета, но этой осенью мы адаптируемся к нео-гранжу.

Однако большинство прилагательных сохраняют свою первоначальную функцию:

Un tissu léger pour l'esprit **girly**. / Легкая ткань для девчачьего духа. Следует отметить, что в английском языке слово **girly** имеет уничижительное значение.

N'ayez pas peur de l'associer à un top un peu **loose**. / Не бойтесь сочетать его со слегка свободным верхом.

Kate Moss – **effortless** sur un total look. / Кейт Мосс – непринужденный тотал-образ.

Évitez les cuirs trop **cheap**. / Избегайте слишком дешевой кожи.

... son look **casual** et **trendy**. / ...его повседневный и модный вид.

Erin Wasson est un des mannequins les plus **trendy**. / Эрин Уоссон – одна из самых модных моделей.

Ce rose **flashy**... on craque ! / этот кричащий розовый... мы любим [западать, тащиться] его!

Pas de prise de risques avec ce look **black**. / Никакого риска с этим образом в черном.

Elles vont avec tout : short, jupe, jean **slim**. / Они подходят ко всему: шортам, юбкам, узким джинсам.

Un look gentiment **boyish** mais toujours très chic, on reconnaît bien là la **british touch** de Miss Miller. / Симпатичный мальчишеский стиль, но всё же очень шикарный, в котором мы узнаём британский стиль мисс Миллер.

Ce style un brin **british**. / Это слегка британский стиль.

Le look de working-girl hyper **busy** qui court au boulot avec des **escarpins impraticables** ! / Имидж очень занятой девушки, бегущей на работу в непрактичных туфлях!

Как видим, все прилагательные находятся в постпозиции и следуют структуре французской именной группы. Следует отметить, что все заимствования, используемые в качестве прилагательных, будь то прилагательные или существительные в исходном языке, остаются неизменными во французском языке.

Мы видели ряд именных заимствований, которые функционируют во французском языке как прилагательные; бывает и обратная ситуация, хотя и реже:

Le duo **slim** + bottes, une astuce pour rester **féminine**. / Дуэт Slim + Boots – хитрость, позволяющая оставаться женственной.

Slim, производное от **slim-fit jeans** (джинсы узкого кроя); это слово уже упоминалось выше как прилагательное, также как и в английском языке.

C'est le raz de marée des «cardicool» cet hiver ; c'est le **trendy**. / Этой зимой поднялась приливная волна модного кардигана «кардикул»; это в тренде. Кардикул – длинный асимметричный кардиган без пуговиц.

Le **best**, c'est sûr, c'est d'aller constater soi-même. / Лучше всего, конечно, пойти и увидеть все своими глазами.

Выражение **best of** уже лексикализовано во французском языке, но здесь мы находим слово **best** без постпозиционного предлога.

La **girly** dans l'âme que vous êtes va forcément craquer pour la tendance grandissante des **nœuds**. / Девушка в душе, которой вы являетесь, неизбежно попадет на растущую тенденцию к ношению бантов.

Иногда прилагательные работают как наречия:

Et côté chaussures le mieux, c'est de la jouer **boyish** avec des **derbies plates**. / А когда дело доходит до обуви, лучше всего носить по-мальчишески плоские туфли дерби.

Cette chemise se porte **casual** avec un jean et preppy avec une jupe plissée noire. / Эту рубашку можно носить с джинсами в стиле кэжуал и с черной юбкой в складку.

Le minishirt, on le porte **easy**. / Мини-рубашка, мы носим её легко.

Заимствование глаголов встречается реже, чем существительных и прилагательных. Глагол может потребовать дополнительных манипуляций на морфологическом уровне, но, достаточно добавить суффикс **-er** к английскому глаголу, чтобы он прекрасно «работал» во французской парадигме глагола. В состав корпуса входит некоторое количество заимствований от английских глаголов, иногда с изменением функции, и, похоже, это количество будет увеличиваться.

Выражение **must have**, изначально глагольная группа со вспомогательной модальностью, появляется здесь в номинальной функции:

*A vous d'élire les **must-have** de la saison.* / Вам решать, какие вещи должны быть актуальными в этом сезоне.

*Le slim fait partie des **must have**.* / Стиль «слим» является одним трендов моды.

Или как прилагательное:

*Nous vous présentons les chaussures **must-have** du moment.* / Мы представляем вам самую модную обувь на данный момент.

В аналогичных случаях в английском языке номинально функционировал бы только вспомогательный глагол: это обязательно. Мы также видим это во французском языке, но реже:

*...et hiver, **le must**, c'est de tricoter soi-même.* / ...и зимой самое то – вязать для себя самого.

*Le **must**? Le choisir couleur camel.* / То что нужно? Выберите цвет верблюда.

Следующий английский глагол **look** уже лексикализован во французском языке в номинальной функции (что возможно и в языке оригинала). Здесь мы видим его в возвратной форме либо в инфинитиве, либо в спряжении (особенно в форме причастия прошедшего времени):

*Idéal pour **se looker** sans se ruiner.* / Идеально подходит для создания имиджа без риска разорения.

*Comme je méprisais ceux pour qui **se looker** était au top du top.* / Как я презирал тех, для кого модно выглядеть было страстным желанием.

*Il faut **se looker** afin d'être la plus **fashion** possible.* / Вы должны выглядеть максимально модно.

*Quand Suzanne fait du shopping, elle aime être **lookée**.* / Когда Сюзанна ходит по магазинам, ей нравится стильно выглядеть.

*Elles aiment être **lookées**, même par temps froid.* / Они любят выглядеть стильно даже в холодную погоду.

Отметим, что во французском языке отглагольное существительное **shopping** уже лексикализовано. Далее мы находим однокоренное слово в формате инфинитива:

*On fonce **shopper** sa panoplie de festivalière rock'n romantique.* / Мы спешим по магазинам вслед за многочисленными любителями романтических рок-фестивалей.

*Le trench, un grand classique à **shopper** les yeux fermés !* / Тренч – великая классика, которую надо покупать, не задумываясь!

*Pour courir **shopper** avec ses copines, Michelle se crée un look mi casual, mi city.* / Чтобы отправиться за покупками с друзьями, Мишель создает наполовину повседневный, наполовину городской образ.

Далее следуют другие примеры:

*L'asymétrie **twiste** mon look.* / Асимметрия искажает мой образ.

*Voilà une belle leçon pour celles qui ne savent pas comment **booster** un look de working-girl.* / Вот отличный урок для тех, кто не знает, как улучшить внешний вид деловой девушки.

*Suis notre guide pour «**refashioniser**» ton dressing.* / Следуйте нашему руководству, чтобы «преобразить» свой гардероб.

*Si nous avons **flashé pour** Amandine, c'est pour son allure rock et élégante.* / Если мы и полюбили Амандин, так это за её роковый и элегантный вид.

Глагол иногда может использоваться в функции прилагательного:

*Converse **destroy**.* / Кеды дестрой.

*N'hésitez pas à le porter avec un look un peu **destroy**, jean troué et boots biker.* / Смело носите его со слегка рваными джинсами и байкерскими ботинками.

В модном дискурсе Франции также следует отметить использование английского определенного артикля **the** вместо французского определенного артикля. Это кажется более выразительным, чем простое **le** или **la**:

*Les colliers multi-rangs sont **THE** accessoire de la saison.* / Многорядные колье – моднейший аксессуар сезона.

Предлог **in** появляется в **be in**, что означает «входить в моду», составляет кальку из английского языка, в противовес выражению **être out**. Этот оборот кажется более «впечатляющим» по сравнению с гораздо более коротким английским предлогом:

*Le nude est hyper élégant et résolument **in**.* / Стиль нюд очень элегантный и решительно в тренде.

Точно так же, как использование **yes** вместо **oui**:

*Nous, on dit **Yes** à la combi !* / Мы говорим: Да комбинезону!

Английское выражение **it-girl** обозначает молодую женщину, получающую выгоду от освещения в СМИ, которое не связано или несоразмерно её личным достоинствам. Этот термин, впервые употреблённый английской писательницей и сценаристом Элинор Глин в 1920-х годах, был возрожден в 1990-х годах для обозначения «медийных знаменитостей». Он используется в качестве модели для других выражений этого типа:

*...comment elle est devenue la plus cool des **it girls** !* / ...как она стала самой крутой модницей!

*...allure de la **it-girl**.* / ...взгляд it-girl.

*La jeune actrice se démarque de plus en plus de ses camarades de show en s'invitant au sommet des **it girls** les plus trendy.* / Юная актриса всё больше выделяется на фоне своих товарищей по шоу самых модных it-girls.

Le it-bag de nos people, c'est bien lui, le Lady Dior. / Корифеем наших модников действительно является Диор. Речь идёт, конечно, о престижной сумочке. И по той же схеме:

Le it-chapeau – (et non pas it-hat...). / стильная шляпа – с вкраплением французского, а не английского слова.

Следует также упомянуть образование превосходной степени с суффиксом **-issime** (от латинского **issimus** через итальянское **-issimo**), что даёт синтетические формы. Помимо *grandissime, rarissime, gravissime*, мы также находим слово **trendissime** (чрезвычайно модный), произошедшее от **trendy**:

Designées par la trendissime Chloé Sévigny, elles ont fait craquer Leighton Meester, la jolie peste de Gossip Girl. / Созданные модницей Хлоей Севиньи, они произвели фурор, связанный с персонажем Лейтон Мистер, несносной девчонки подросткового телесериала «Сплетницы».

Для сравнения: единственный французский термин, не так давно вошедший в английский модный словарь, – это слово **perfecto** (цитируется Sunday Times Style): маленькая кожаная куртка perfecto.

Однако это название испанского происхождения, согласно некоторым источникам, произошло от кубинских сигар Perfecto, которые курил Ирвинг Шотт, владелец компании, создавшей первые кожаные куртки для мотоциклистов (Sedykh, Emanuele, Kugan, 2022).

Теоретически любое заимствование должно заполнять лексический пробел в принимающем языке, но очевидно, что представленные здесь англицизмы выходят за рамки этой концепции. Следует подчеркнуть, что заимствование в языке моды очень часто играет *людическую роль* (игра слов). Проблема заимствования, заменяющего уже существующее французское слово, относится к довольно большому количеству примеров в национальном корпусе французского языка. В этом плане мы можем выдвинуть гипотезу о том, что эти слова, «безвкусные» на языке своего происхождения, становятся узусными во французском языке, потому что они обладают утонченностью стиля и коннотативными значениями, которых нет у аналогичных слов французского языка. Эти заимствования создают специфический социолект части женского населения. К параметрам, узаконивающим их существование, относятся точность и особенно языковая экономия, учитывая лаконичность английских форм по сравнению с французскими. Релевантным примером являются заголовки и подписи к фотографиям:

Заголовки: *Les it looks de la saison.* / Стилистика по моде сезона.

Подписи к фотографиям: **70's show** (шоу 70-х), **pretty poncho** (красивое пончо), **sweet tweed** (сладкий твид), **urban ski** (городские лыжи), **maille party** ('вязаная' вечеринка), **dress in black** (платье в черном), **pop coat** (поп-пальто), **boyish power** (мальчишеская сила).

Даже названия рубрик интернет-порталов сильно англизированы: *Les news mode* (Новости моды), *La mode des stars* (Мода звезд), *Le guide shopping* (Путеводитель по магазинам), *Mode street style* (Уличная мода), *Vide dressing* (Пустая примерка), *Adresses shopping* (Адреса для шопинга).

Каждый раз английский (или англизированный) оборот можно было бы легко заменить на французское выражение, но гораздо менее лаконичное. Часто это не просто перенос для заполнения лексической пустоты, потому что тогда заимствование сохранило бы ту же грамматическую функцию в принимающем языке. Однако можно наблюдать случаи, когда английское существительное рассматривается как прилагательное или наоборот; мы также находим заимствованные глаголы в качестве существительных или прилагательных, английские прилагательные, служащие наречиями во французском языке, и т. д.

В сложных существительных, где один из компонентов уже лексикализован во французском языке, заимствование сохраняет типично английскую структуру, в которой модификатор стоит в подчинённой позиции. Следует подчеркнуть, что заимствованные существительные образуют множественное число (типичное английское окончание **-s** существует и во французском языке, поэтому образование множественного числа не представляет никаких проблем), в то время как заимствованные прилагательные остаются неизменными, как и прилагательные английского языка. Мы наблюдаем развитие, которое выходит за рамки чисто лексического уровня и опирается на психолингвистический формат, и при этом даёт результаты на морфологическом уровне.

Не так давно казалось, что во французской лингвокультуре заимствованные существительные преимущественно мужского рода, но с тех пор ситуация меняется. Если принять во внимание имена, заимствованные как таковые, где контекст позволяет установить род, то мы видим, что более 50% – существительные женского рода. Такие слова, как *fashionista* (модница) или *girl* (девушка), естественно, женского рода, поскольку они относятся к женщинам; с другой стороны, в иных случаях нет видимой причины, кроме того, что эти слова могут быть заменены французскими эквивалентами женского рода; это касается следующих единиц: **hype** (*publicité*), **life** (*vie*), **night** (*nuit*), **party** (*soiree*) (реклама, жизнь, ночь, вечеринка), а для мужского рода: **come-back** (*retour*), **make-up** (*maquillage*), **it-bags** (*sac*) (возвращение, косметика, сумка).

Лексикон моды быстро меняется. Париж перестал быть единственной столицей моды и навязывать французские номинанты. Сегодня Лондон и Нью-Йорк решают, какой стиль будет главным в новом сезоне. Английский язык активно навязывается средствам массовой информации, которые представляют новинки готовой одежды и высокой моды. К сожалению, данная тенденция просматривается и в других языках и связана с привлекательностью, популярностью и, несомненно, глобалистской агрессивностью англоязычных культур.

Заключение

Итак, психолингвизм семантики лексем и дискурса моды в первую очередь связан с процедурой заимствования профессиональных слов из английского языка. Английский язык «вдохновляет» французский язык: хотя

бы потому, что крупные модные бренды, в том числе французские, являются международными, что приводит к появлению большого количества английских слов, вошедших в обиход посредством дискурса моды.

Следует рассматривать английские заимствования как заимствования по необходимости из-за их денотативного и коннотативного значения, которое не совсем соответствует значению их эквивалентов, перечисленных лексикографами и терминографами, иными словами, в силу психолингвистических потребностей носителей французского языка.

Заимствования из английского языка столь же многочисленны в европейских языках, как и во французском, и гораздо более многочисленны в итальянском, немецком и голландском (Bogaards, 2008). В этой перспективе французский язык поэтому и отличается не тем статусом, который он отводит английскому языку, а сопротивлением – как на институциональном, так и на культурно-медийном и в конечном итоге на психолингвистическом уровне, которое язык Мольера проявляет по отношению к этим экзогенным элементам. В любом случае доля английских заимствований французским языком остаётся достаточно маргинальной (около 2%).

В русле нашего исследования психосистемный подход, опирающийся на концепцию Гюстава Гийома, по нашему мнению, позволяет глубже проникнуть в глубины коллективного языкового мышления социума. Специфическое для этого типа анализа понятие дискурсного континуума позволяет визуализировать латентный генезис поливалентных значений в семиотической сети нарратива семантических структур, пересекающихся в вертикали интерпретационных конфигураций. Перспективы дальнейших изысканий видятся в герменевтическом расширении дискурсных сфер и реконструкции новых моделей коммуникации и нарратива в применении к любому типу дискурса.

Источники | References

1. Азначеева Е. Н. К проблеме типологизации профессиональной языковой личности музыканта // Вестник Челябинского государственного университета. 2009. № 43.
2. Бушев А. Б. Языковая личность профессионального переводчика: монография. Тверь: Лаборатория деловой графики, 2010.
3. Горелов И. Н., Седов К. Ф. Основы психолингвистики: уч. пос. Изд-е 3-е, перераб. и доп. М.: Лабиринт, 2001.
4. Карасик В. И. Эволюция и инволюция концептов // Аксиологическая лингвистика: проблемы лингвоконцептологии и лингвокультурных типажей: сб. науч. ст. / под ред. Н. А. Красавского. Волгоград, 2007.
5. Косицкая Ф. Л. Дискурс моды и его жанровая дифференциация // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2014. № 4 (145).
6. Нерознак В. П. Лингвистическая персонология: к определению статуса дисциплины // Язык. Поэтика. Перевод: сб. науч. тр. М.: Изд-во Московского государственного лингвистического университета, 1996.
7. Седых А. П. Контекст. Знак. Образ. Белгород: Изд-во Белгородского государственного национального исследовательского университета, 1998.
8. Седых А. П. Язык, культура, коммуникация: французский мир: монография. Белгород: Эпицентр, 2022.
9. Седых А. П., Багана Ж. Лингвистические основы идиоэтнической интерпретации языковой личности // Вопросы филологии. 2008. № 3 (30).
10. Стернин И. А., Рудакова А. В. Психолингвистическое значение слова и его описание. Саарбрюккен: Ламберт, 2011.
11. Babu J.-Ph. Gustave Guillaume, aux sources archéologiques du problème de l'article: Thèse pour obtenir le grade de docteur de l'université Paris-Sorbonne. P., 2014.
12. Bogaards P. On ne parle pas français: la langue française face à l'anglais. Bruxelles: De Boeck-Duculot, 2008.
13. Charaudeau P. Identité linguistique, identité culturelle: une relation paradoxale. 2009. URL: <http://www.patrick-charaudeau.com/Identite-linguistique-identite.html>
14. Donneau O. Des savants en société: les penseurs du XVIIe siècle au travail // L'émergence de la modernité: histoire des idées au XVIIe siècle / sous la dir. d'A. Staquet. Mons: Université de Mons, 2011.
15. Droit R.-P. Un voyage dans les philosophies du monde. P.: Albin-Michel, 2021.
16. Eco U. Sémiotique et philosophie du langage. P.: PUF, 1988.
17. Guillaume G. Leçons de Linguistique 1948-49. P. – Québec: Klincksieck; Les Presses de l'Université Laval, 1971. Série A. Vol. 1. Structure sémiologique et structure psychique de la langue française I.
18. Guillaume G. Leçons de linguistique, 1956-1957 / éd. G. Plante. Québec – Lille: P. U. Laval-PUL, 1982.
19. Identités sociales et discursives / sous la dir. de P. Charaudeau. P.: Harmattan, 2009.
20. Kerbrat-Orecchioni C. Le discours en interaction. P.: Dunod, 2005.
21. Kristeva J. Le Temps sensible. Proust et l'expérience littéraire. P.: Folio Essais, 2000.
22. Rastier F. Sémantique interprétative. P.: Presses Universitaires de France, 2009.
23. Rey A. Mode et société, encadré culturel // Dictionnaire culturel en langue française: en 4 tomes / sous la dir. d'A. Rey; dir. éd. D. Morvan. P.: Le Robert, 2005. T. 3.
24. Sedykh A. P., Emanuele V., Kugan E. I. Linguistic and cultural identity: Epistemological review // Research Result. Theoretical and Applied Linguistics. 2022. Vol. 8. No. 3.
25. Sedykh A. P., Ivanishcheva O. N., Koreneva A. V., Ryzhkova I. V. Modern philological knowledge: Anthropocentrism and linguistic identity // International Journal of Engineering and Technology (UAE). 2018. Vol. 7. No. 4.38.

26. Simonneau L. Lire Gustave Guillaume avec André Jacob // ASBL Degrés. Bruxelles, 2010. 38e année. Num. 143-144. La langue face a l'univers.
27. Tabachnick M. Psychomécanique du langage et sémiotique du texte littéraire. Sarrebruck: Ed. Universitaires Européennes, 2011.

Информация об авторах | Author information

RU

Седых Аркадий Петрович¹, д. филол. н., проф.
Бузинова Людмила Михайловна², д. филол. н., доц.
Иванова Валерия Романовна³

¹ Московский международный университет;

Белгородский государственный национальный исследовательский университет;

Белгородский государственный технологический университет

² Московский международный университет

³ Белгородский государственный национальный исследовательский университет

EN

Sedykh Arkadiy Petrovich¹, Dr
Buzinova Lyudmila Mikhailovna², Dr
Ivanova Valeria Romanovna³

¹ Moscow International University;

Belgorod National Research University;

Belgorod State Technological University

² Moscow International University

³ Belgorod National Research University

¹ sedykh@bsu.edu.ru, ², ³ 1634891@bsu.edu.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 14.05.2023; опубликовано (published): 10.07.2023.

Ключевые слова (keywords): лингвосемиология; психомеханика; дискурс моды; эпистемология; дискурсная картина мира; linguosemiology; psychomechanics; fashion discourse; epistemology; discursive worldview.