

Обогащение или варваризация?

(Заметки о новейших заимствованиях в области индустрии моды)

*Арустамян Карине
Бархударян Лусине*

Ключевые слова: *иноязычная лексика, глобализация моды, англицизмы, языковая картина мира, слова-однодневки.*

Внедрение в язык иностранных слов – это не явление последних двадцати лет, а постоянный и естественный процесс развития и обогащения языка. В истории русской лексикографии иноязычная лексика пополняла и обогащала русский язык на протяжении всего периода его исторического развития. Процесс заимствований начался еще в глубокой древности, когда в русский быт стали внедряться реалии, для обозначения которых и нужны были новые слова.

В каждой эпохе выделяются определенные сферы, области, в которых заимствования производятся более интенсивно. Это связано с тем, что освоение иноязычных слов русским языком в разные эпохи отражает историю обогащения его лексического фонда на основе экономических, политических, культурных контактов с другими странами. Зачастую таким поводом служат военные события, которые накладывают свой отпечаток на эволюционное развитие языка, стимулируют, с одной стороны, словообразовательные потенции языка, а с другой, активизируют процесс обогащения лексического фонда заимствованиями из других языков.

В наши дни наиболее активно пополняются заимствованиями области IT, сферы бизнеса, экономики и политики. К ним относится также сфера моды, которая с распадом СССР и бурно развивающимися контактами с остальным миром чрезвычайно расширила свои границы. С начала 90-х годов в Россию хлынул поток зарубежных товаров, в том числе одежды, обуви и аксессуаров. В условиях небывалого спроса одежда была беспронигрышным вариантом получения прибыли. Поначалу в моде было "все заграничное" - людям было неважно, что за этикетка красуется на вещи, как называется фирма-производитель ("бренд"), главное – одежда привезена из-за рубежа.

История моды свидетельствует о том, что первоначально мода играла в культуре роль "недостижимой высоты", она была феноменом элитарной культуры. Но, начиная с промышленных революций 19 века, она прочно укоренилась в культуре повседневности и маркировала социальную идентичность человека. Изменения, произошедшие в обществе и культуре начиная с 19 века, привели к становлению массовой культуры, которая сделала моду частью своей инфраструктуры. Мода занимает важную культурную нишу и пронизывает все ее уровни - от элитарной культуры - через повседневность - к ее массовости.

В наши дни главными функциями моды выступают культурная и экономи-

ческая глобализация, что непосредственно влияет на современную "модную" картину мира. Под общей картиной мира в таком плане подразумеваются мировоззрение, психология человека, его социальный статус и, самое главное, язык моды. Под влиянием процесса глобализации моды, начиная примерно с начала 90-х годов, русский язык начал ощущать небывалый наплыв слов-заимствований, обозначающих названия новых вещей, атрибутов модной индустрии. В этот период получили популярность такие заимствованные слова, как джинсы-"варенки", брюки-"бананы", лосины, бардотка и др..

Мода, особенно косметика и косметология, сегодня являются одной из самых бурно развивающихся сфер. Развитие названной области модной индустрии наложило свой отпечаток на лексику современного русского языка. С этой точки зрения изучение иностранных слов в области моды в словарном составе современного русского языка является весьма актуальным. Современная терминология модной индустрии продиктована процессом интернационализации моды, влиянием на нее стилей искусства, изобретением новых материалов, совершенствованием технологии кроя и дизайна. Терминология современной модной индустрии является малоизученной областью лексикографии: многие иностранные слова, встречающиеся в речи знатоков моды, полностью не ассимилированы, не закреплены пока в словаре русского языка, требуют тщательного словообразовательного, семантического, синтагматического анализа. Часть из них, безусловно, представляют собой слова-однодневки, и они исчезнут столь же быстро, как и всевозможные модные атрибуты, которых порождает мода каждый сезон.

Нужно подчеркнуть, что английский сегодня – основной "донор" для всех остальных языков. Американские промышленные технологии и массовая культура влияют на весь мир, попутно меняя и национальные языки. Именно поэтому русский язык уже долгие годы, в отличие от ранних периодов своего развития, продолжает пополняться за счет заимствований из английского языка, а именно из его американского варианта. Этот процесс нагляднее можно показать на примере модной терминологии на современном этапе ее развития.

В наши дни анализ терминологии в области моды нужно начать с причин заимствований, которые дают возможность обосновать и мотивировать небывалую интенсивность включения новых слов в орбиту активного словаря современного русского языка.

К основным причинам пополнения словарного состава русского языка модными терминами иностранного происхождения исследователи относят [2,6; 2,7]:

1. необходимость наименования новых вещей, понятий, явлений и направлений. К ним относятся такие актуальные слова, как нейл-арт (от англ. nail - ноготь и art - искусство) - искусство создания дизайна на ногтях [5]; боди-арт (от англ. body - тело и art - искусство) - искусство, где объектом творчества выступает человечес-

кое тело [4,101]; лифтинг (от англ. to lift - поднимать) - косметическая процедура подтяжки кожи [4,384]; шиммер (от англ. shimmer - мерцание) - новинка декоративной косметики, в составе которой имеются микроскопические частички, способные отражать свет [6]; **снэп-фото, снэпшоты** (англ. *snaps*, *snaps*) - набор из соответствующих стандартизированным требованиям фотографий, которые представляют модель в естественном виде, **фаст фэшн** (англ. *fast fashion* - "быстрая мода") - обновление ассортимента марки несколько раз в сезон [7]¹.

2. необходимость разграничения и специализации понятий:

- лук (образ); (англ. look - образ) - это тот образ, в котором представляется человек в данный момент. Лук составляют одежда, аксессуары, обувь, прическа, макияж, то есть это слово означает образ, но в усеченной, внешней, так сказать, материальной интерпретации. Между тем русское слово "образ" применяется и в широком, и в узком смысле (сравним образ героини рассказа, оригинальный образ) [7].
- бьюти блендер (спонж). Под бьюти блендером подразумевается специальный каплеобразный спонж с мягкой текстурой ярко-розового цвета, а спонж - это используемая в косметологии губка различного размера и изготовленная из разных материалов [8];

3. тенденция к соответствию нерасчлененности, то есть к использованию одного слова вместо словосочетания или описательного наименования, когда объект представляет собой одно целое: дефиле вместо модный показ [3,201], бронзер (англ. bronzer - бронзатор) - вместо косметика для придания коже загоревшего вида [6], эстетичен вместо специалист, работающий с лицом человека [4,8], **хэдбук** (от англ. *head book* - "главная книга") - презентационный каталог модельного агентства с лучшими фотографиями всех его моделей [7].

Помимо вышеизложенных причин, стимулирующих процесс заимствования, в наши дни добавились и другие - не лингвистические, а социально-психологические причины, в числе которых необходимо указать такие, как "престижность" заимствования, экономическая целесообразность и прочее. Рассмотрим некоторые из этих причин, которые, на наш взгляд, являются определяющими и влияют на процесс заимствования.

1. "Престижность" иноязычного слова. Некоторые лексемы в устах говорящего представляются более значимыми, чем их привычный, русский аналог. Особенно среди молодежи использование новейших заимствованных слов, относящихся к модной индустрии, считается признаком креативности, современности: свитшот вместо толстовка (англ. *sweatshirt* - сочетание английских слов «sweater» (свитер) и «shirt» (*рубашка*) [7]; кастинг (англ. *casting* буквально бросание, забрасы-

¹ Все примеры взяты из "Энциклопедии моды" (<https://wiki.wildberries.ru/>)

вание удочки) вместо пробы [3,312], фешн (англ. fashion - мода) вместо мода [3,705], мейк-ап - макияж [3,408], бьютишен - косметолог [4,8]. Кстати, в последних наименованиях наблюдается повторное заимствование слов: хотя слова "мода", "макияж" уже потеряли свою новизну и "обрусели", они, в свою очередь, были заимствованы из французского языка (мода - фр. mode, макияж - фр. maquillage) [3,429; 3,394]. Применение иностранных слов также способствует пиару тех или иных товаров, брендов, так как они повышают значимость предмета, иногда даже завуалируя их истинное значение.

Таким образом, большое количество новейших заимствований, имея свои русские эквиваленты, продолжают пополнять словарный запас современного русского языка и активно применяться, так как "они повышают значимость предмета, о котором мы говорим, и, соответственно, нашу значимость" [9]. Иначе говоря, данная причина заимствования лежит, скорее, в области психологии, социологии, а не лингвистики. Язык чутко реагирует на все изменения в обществе, выявляет его предпочтения, подчеркивает его приоритеты.

2. Коммуникативная актуальность понятия. Когда обозначение затрагивает жизнь многих людей, то, естественно, и наименование понятия становится "повседневным", актуальным (шоу-рум, фешн-бутик [5]). К использованию новейших заимствований из данной сферы прибегают, в первую очередь, специалисты, работающие в этой индустрии, так как данные слова составляют модную терминологию. Однако заимствованные слова в области моды, имеющие свои русские эквиваленты, широко распространены не только в данной среде людей: ими пользуется, в первую очередь, молодежь, что объясняется большей частью социально-психологическими причинами. Зачастую молодежь, стремясь подчеркнуть свою современность, показать себя "в тренде", использует вместо слова "окрашивание" - "колоринг" [11], вместо "блестки" - "глиттеры" [6], "кроп топ" вместо "топик" [10], "фэшн" - вместо "мода" [3,705]. Возникает некое стремление "не отставать" от самых модных представителей общества. Как известно, молодые люди особенно чувствительны к самоутверждению, укреплению своей социальной роли. Страх оказаться среди аутсайдеров заставляет их особенно активно прибегать к новейшим иностранным словам. Иногда говорящий даже точно не знает конкретного значения применяемого им слова, но, стремясь произвести впечатление на окружающих, использует его в своей речи. В подобных случаях они используют язык как эффективный инструмент, создающий желаемый образ модного, современного человека - человека, способного идти в ногу со временем.

3. Учет экономических целей. В наши дни значительное количество лексических единиц иностранного происхождения продолжает пополнять словарный запас современного русского языка исходя из чисто экономических соображений, из экономической целесообразности. Это явление наиболее наглядно демонстри-

рует модная индустрия, в которой именно эксклюзивные названия разных продуктов способны привлечь внимание людей разных вкусов и возрастов. Другими словами, иностранное слово используется в "корыстных целях" - для придания ему некоего ореола таинственности, привлекательности. За использованием заимствованной лексики вместо русского эквивалента в подобных случаях кроется обычный рекламный трюк. Привлекать внимание клиентов, потребителей можно, конечно, не только оригинальными названиями магазинов, но и продаваемых в них товаров. Так, достаточно повесить на магазине надпись "бутик" вместо магазина одежды, и он приобретет некую современность, элитарность. С таким же расчетом для пиара различных косметологических средств и процедур употребляются не русские слова, а варваризмы, которые на слух представляются более значительными именно в силу своей необычности, а иногда и непонятности. Многим интересно применить на себе "глиттеры" (хотя это простые блески, которые можно нанести на веки), подчеркнуть глаза с помощью айлайнера (карандаша для глаз), скулы - с помощью хайлайтера (средства для высветления некоторых участков лица) [6]. Применение подобных варваризмов грозит вырасти в настоящую экспансию по отношению к современному русскому языку, в результате чего язык может потерять сложившиеся веками своеобразие и неповторимость, обрести ненужным словарным материалом, отличающимся от остального словаря фонетическим обликом, словообразовательными моделями, грамматической формой.

4. Расслоение общества. В данном случае под расслоением подразумевается не только социальное неравенство, но и деление людей исходя из их приверженности к моде. Дело в том, что сторонники "всего модного, стильного", так называемые "гламурки"², стараются демонстрировать свои знания про тренды, модные вещи, в первую очередь, с помощью соответствующих варваризмов. Ведь модницам необходимо подчеркнуть свою современность не только "трендовыми луками", но и речью, насыщенной новейшей модной терминологией. Известно, что речь человека способна создать определенное впечатление о говорящем. При знакомстве с незнакомцем решающая роль отводится именно речи и внешнему облику. В наши дни некоторые люди, особенно из числа молодежи, стараются подчеркнуть свою принадлежность к среде избранных посредством использования в своей речи заимствований, в большинстве случаев варваризмов, так как их знание и применение считают свидетельством исключительности, элитарности. Этим объясняется популярность и широкое распространение слов иностранного, в частности английского происхождения.

В современном русском языке наблюдается такое явление, как "повторное заимствование", то есть замена одного заимствованного слова другим, что способст-

² слово из молодежного сленга, обозначающее девушек, гонящихся за модой

вует более конкретному определению и обозначению понятий. Сравним, например, слова лукбук (англ. lookbook) [7] и альбом (лат. album - белое) [3,32]. В России слово "альбом" получило популярность на рубеже XVIII - XIX веков и до наших дней является актуальным в значении "серия фотографий, картин". Слово это может обозначать также собрание песен. "Лукбук" представляет собой альбом фотографий, демонстрирующих оригинальные "луки" (образы), созданные дизайнерской одеждой и аксессуарами одного или нескольких брендов. Разграничение этих двух понятий требует уточнения, поскольку сначала было заимствовано слово альбом, позднее, в наши дни уже лукбук, с усеченным значением.

Определенное количество слов, заимствованных в более ранние периоды, вновь вошли в активный словарный запас современного русского языка благодаря популярности ими обозначаемых предметов, явлений. Однако изменилась сфера их применения, что повлекло за собой также изменение в их семантике и словообразовании. Этот процесс можно нагляднее показать на примере следующих слов:

- слово *плампер* в значении "подушечка из пробки и хлопчатобумажной ткани для придания щекам приятной пухлости" было известно еще с середины 17в [1]. Однако оно приобрело ныне широкую популярность в сочетании со словом "для губ" ("*плампер для губ/ плампер* (англ. lip plumper - *плампер для губ, plump* - *полнеть*), то есть, изменилась семантика слова: специальное средство (блески, помады) или прибор, создающий кратковременный эффект визуального увеличения объема губ [6];
- слово *контуринг* (англ. contouring), которое представляет собой сочетание давно обрусевшего слова *контурирование* и английского суффикса "ing". Кроме того, что с помощью суффикса английского происхождения слово "контурирование" получило некоторую "свежесть" и стало трендовым, произошло еще и расширение сферы его применения. Под *контурингом* в модной индустрии подразумевается либо техника в макияже, способная подчеркнуть достоинства лица с помощью определенных косметических средств, либо техника окрашивания волос, которая появилась позже, (уже в 2000-х гг), поэтому для применения слова в нужном значении необходимо его употребление в сочетании: *контуринг лица, контуринг волос*. (Кстати, невероятная популярность слова в значении "вид техники окрашивания" связывается с именем эпатажной телезвезды *Ким Кардашьян*) [11; 12]. Таким образом, расширение значения слова происходит за счет уже имеющихся в языке заимствований.

Обобщая вышесказанное, следует отметить, что в условиях глобального мира борьба с заимствованиями изначально обречена на неудачу. При современных условиях обмена информацией языки, как сообщающиеся сосуды, связаны друг с другом, что также делает заимствования неизбежным источником пополнения лек-

сики. Главным стимулирующим фактором при этом выступает настроение общества, его предпочтения, для удовлетворения которых важно активизировать словообразовательные потенции русского языка, находить и актуализировать имеющиеся в арсенале языковые ресурсы, а не полагаться исключительно на заимствования из других языков. Важно осознать пагубность последствий таких заимствований, которые способны исказить природу русского языка, повлиять на его естественное развитие необоснованными англицизмами. Нужна большая требовательность и ответственность в проблеме языкотворчества и разборчивость в выборе иноязычной лексики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреева Р. П. Энциклопедия моды, изд. "Литера", 1997, 416с. [Электронный ресурс] - (<http://modnaya.ru/articles/dictionary/fashion-encyclopedia/fc/slovar-207.htm#zag-941>).
2. Астахова А. Активные процессы в терминообразовании в современном русском языке (на материале терминов в сфере "одежда и мода"). Университет г. Тампере, 2011, 75с.
3. Егорова Т. В. Словарь иностранных слов современного русского языка. _М.: Аделант, 2014, _ 800с.
4. Рубина Д. "Бабий ветер"; М., изд. "Э", 2017, 62с.
5. [Электронный ресурс] - <http://homedanicle.ru/design/history-of-nail-art.html>.
6. [Электронный ресурс] - <http://glamlemon.ru/krasota-i-zdorovie/kosmetologiya/1418-cto-takoe-haylayter-shimmer-praymer-bronzer-i-lyuminayzer.html>
7. [Электронный ресурс] - Энциклопедия моды (<https://wiki.wildberries.ru/>).
8. [Электронный ресурс] - <https://hochu.ua/cat-beauty/makeup/article-60849-kak->.
9. [Электронный ресурс] - <https://ria.ru/society/20120423>.
10. [Электронный ресурс] - <http://www.relook.ru/article/68250/>.
11. [Электронный ресурс] - <http://missbagira.ru/themes/moda/modnoe-neobychnoe-okrashivanie-volos-novinki-2018-tendencii-okrashivaniya>.
12. [Электронный ресурс] - <https://www.cosmo.ru/beauty/makeup/konturing-po-forme-lica-primery-zvezd-i-poleznye-sovety/>

Հարստացում, թե՛ օտարաբանացում

(Նշումներ նորաձևության ասպարեզում նորագույն փոխառությունների մասին)

*Առուստամյան Գարինե
Բարխուդարյան Լուսինե*

Ամփոփում

Հանգուցային բառեր. օտարալեզու բառապաշար, նորաձևության գլոբալացում, անգլիականություններ, աշխարհի լեզվական պատկեր, բառ – կարճօրիկներ

Տվյալ աշխատանքը նվիրված է ռուսաց լեզվի ժամանակակից լեզվական իրադրությանը և բառակազմական միտումներին:

Մեր օրերում ռուսերենի բառային կազմը հարստանում է հաճախ օտարալեզու փոխառությունների միջոցով: Դրանց մի զգալի մասը պայմանավորված է անգլերեն լեզվի ազդեցությամբ, որի արդյունքում ռուսերենի բառապաշարը համալրվում է անգլերեն փոխառություններով:

Հոդվածում ուսումնասիրվում է բառապաշարի այն շերտը, որը մեր օրերում առավել արագ է համալրվում օտարալեզու բառերով: Այդ թվին է պատկանում նորաձևության ոլորտը: Հեղինակները դիտարկում են այն բառաշերտը, որը օգտագործվում է միայն տվյալ ոլորտում: Այդ փոխառությունները նպատակ ունեն, մի կողմից, հեշտացնել հաղորդակցությունը տվյալ ոլորտի մասնագետների շրջանակում, մյուս կողմից՝ ծառայում են որպես յուրատեսակ սոցիալական ցուցիչ, կոդ:

Հոդվածում ուսումնասիրվում են նորաձևության ոլորտի փոխառությունների իմաստաբանական, կիրառության և այլ հարցեր: Նշվում են այդ բառաշերտի կիրառման ոլորտները՝ մասնագիտական շրջանակը և դրանցում թաքնված սոցիալական բաղադրիչը, քանի որ այդ բառերի օգտագործումը, հատկապես երիտասարդների կողմից, ընկալվում է որպես յուրատեսակ շերտադասում՝ ընտրյալների շարքին պատկանելու չափանիշ:

Enrichment or Alienation?

(Notes about Modern Borrowed Words in Fashion Sphere)

Arustamyan Karine

Barkhudaryan Lusine

Summary

Key words: foreign vocabulary, globalization of fashion, Englishness, linguistic view of the world, nonce-words

The following work is dedicated to the modern Russian language and its formative tendency. Nowadays, Russian vocabulary is often enriched with foreign borrowed words. The considerable part of them is due to the influence of English language, as a result of which, the Russian vocabulary is replenished with English borrowings. In the article it is investigated the sphere, which nowadays rapidly replenishes with borrowed words. It includes the sphere of fashion. The author observes the words that are only used in this sphere. On the one hand these borrowings aim at making the communication easier among the specialists in this area; on the other hand they are used as social index and code.

The article investigates the topics concerning the semantic, pragmatic and other questions from the fashion sphere borrowings. Here we mention the usage sphere of the word, i.e., the professional area and the social components-hidden in them, as the usage of these words is especially perceived by the youngsters, as a unique stratification.