

И. А. Прищепова

**К ПРОБЛЕМЕ ВОСПРИЯТИЯ ЗАИМСТВОВАНИЙ
В СФЕРЕ «МОДА» НОСИТЕЛЯМИ РУССКОГО ЯЗЫКА**

Англоязычные заимствования являются широко используемым источником пополнения лексики широчайшего круга языков. Это проявляется в самых разнообразных сферах деятельности человека: от бизнеса и технологий

до спорта, художественного искусства и модной индустрии. Благодаря трендам, которые задают зарубежные модные дома в русскоязычную лексику проникло достаточно большое количество заимствованных ЛЕ, называющих явления и понятия сферы «Мода». Среди них особенно выделяется пласт слов, номинирующих предметы гардероба – от шапок и платьев до верхней одежды и обуви. Ответ на вопрос об основаниях популярности и общепотребительности заимствованных терминов достаточно очевиден. Во-первых, удобство, компактность заимствованного слова: так, короткое *лонгслив* (от англ. *long sleeve* 'длинный рукав') заменяет словосочетание *майка с длинными рукавами*. Во-вторых, заимствования нередко называют реалии и заполняют таким образом языковые лакуны, например, *хиджаб* – платок, которым исповедующая ислам женщина покрывает голову при выходе на улицу, и *кипа* – традиционный еврейский мужской головной убор. В-третьих, семантическое калькирование, к которому иногда прибегают для образования новых слов, часто является не вполне удачным: например, предложенные А.С. Шишковым *тихогромы* вместо *фортепиано*.

При всем удобстве и экономии языковых и когнитивных усилий при использовании заимствований, возникает правомерный вопрос о сложности восприятия и корректности их интерпретации носителями языка-реципиента. Анализ восприятия носителями русского языка текстов СМИ о моде показывает, что для не владеющего английским языком и не являющегося экспертом в модных тенденциях и направлениях респондента восприятие таких ЛЕ, как *багги*, *бойфренды*, *слоучи* и *бананы* является достаточно сложной задачей как с точки зрения формы, так и с точки зрения семантики, т.е. определения тематической группы и концептуального различия между называемыми моделям джинсов. Не менее неоднозначными в аспекте восприятия являются ЛЕ, используемые для называния разнообразных фасонов кофт, такие как *худи* – теплая кофта с капюшоном (от англ. *hood* 'капюшон'), *байка* – более теплая кофта, которая может быть худи, но не любое худи является байкой (от нем. *boi* 'байка'), *зипка* / *зип-худи* – худи на молнии (от англ. *zip* 'молния'), *джермпер* – вязаный предмет одежды до талии, бедер или ниже, с длинными рукавами и без пуговиц (от англ. *jumper* 'полупальто'), *пуловер* – разновидность джемпера, главным отличием которого является V-образный вырез и отсутствие застежки (от англ. *pull over* 'натягивать, надевать сверху').

Таким образом, лексическое заимствование в сфере «Мода» является актуальной в силу широкой представленности в русском языке проблемой, которую предстоит осветить как в языковом аспекте с точки зрения структуры и семантики заимствованных ЛЕ, так и в перцептивно-когнитивном – с точки зрения восприятия носителями русского языка различных возрастных и профессиональных групп.