

ВЛИЯНИЕ АНГЛИЦИЗМОВ НА РАЗВИТИЕ ФРАНКО-КАНАДСКОГО ДИСКУРСА МОДЫ

Изучение дискурса моды позволяет понять, как язык *haute-couture* отражает современные социальные и культурные тенденции. Особое внимание заслуживает использование заимствований, т. к. они становятся важной частью профессиональной коммуникации в сфере моды.

Согласно классификации французского лингвиста Кристиана Лубьера, заимствования делятся на полные, гибридные, ложные и синтаксические.

В процессе анализа публикаций франко-канадских изданий о моде выявлено, что полные заимствования составили 76,07 %. Столь высокая доля свидетельствует о глубокой интеграции англицизмов в повседневный дискурс моды под влиянием языкового большинства Канады. Примером служат такие слова, как *streetwear* ‘уличный стиль одежды’, *make-up* ‘макияж’, которые активно используются во франкоязычных текстах о моде без перевода.

Гибридные заимствования составили 16,56 % и представлены сочетанием англоязычных элементов с французскими суффиксами и артиклями, что позволяет им органично функционировать в рамках местной языковой системы, например, *shoppeur* ‘мужчина-покупатель’, *jogginer* ‘заниматься бегом’.

Ложные заимствования встречались значительно реже (4,91 %), однако представляют особый интерес, поскольку создают ошибочные аналогии между языками и могут приводить к недопониманию в процессе межкультурной коммуникации. Иллюстрацией данного типа являются *brushing* ‘укладка феном’, *pressing* ‘химчистка’. Эти термины внешне напоминают английские лексемы, но либо вовсе не существуют в таком значении в английском языке, либо означают совсем иное, что особенно важно учитывать при переводе.

Синтаксические заимствования оказались наиболее трудными для точного выявления и составили 2,45 %. Не всегда можно однозначно определить, являются ли определенные конструкции результатом англоязычного влияния или представляют собой естественные варианты, соответствующие французской языковой норме. Примерами могут служить выражения *développer une stratégie de marketing* ‘разработать маркетинговую стратегию’ вместо *élaborer une stratégie de marketing*, *être sur le marché de la mode* ‘присутствовать на рынке моды’ вместо *être dans le monde de la mode*.

В контексте проведенного исследования можно говорить о многообразии путей проникновения английской лексики в «модный» дискурс, а также о все большей степени гибкости французского языка в ее заимствовании и адаптации.