

УДК 81'276.6:355

**ФУНКЦІОНУВАННЯ АНГЛІЦИЗМІВ У ДИСКУРСІ ІНДУСТРІЇ МОДИ  
СУЧАСНОЇ ІСПАНІЇ**

*М. І. Піголь (м. Київ)*  
*black.m@i.ua*

аспірант кафедри іспанської та іспанської філології Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка  
(Міністерство освіти і науки України)  
01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

*У статті висвітлено питання про проблему функціонування англіцизмів у дискурсі індустрії моди сучасної Іспанії. Розглянутий та проаналізований контент іспанськомовних глянцевого журналі вказує на їх головну лінгвістичну особливість, яка полягає у вживанні значної кількості англіцизмів. Виявлена загальна тенденція вживання англійських лексичних одиниць у сучасних іспанських медіатекстах про моду, що дозволяє стверджувати те, що англіцизми є одним із головних лінгвістичних компонентів іспанського вокабуляру індустрії моди. Розглянуті англійські терміни, що функціонують у сучасних іспанських медіатекстах про моду, характеризуються різним ступенем граматичної та графічної асиміляції. Дослідження показало, що англійські запозичення проникають у всі текстові елементи іспанських видань для жінок зі сфери моди. Перспективи дослідження полягають у подальшому теоретичному й експериментальному вивченні мови індустрії моди Іспанії та її функціонування у сучасному іспанському дискурсі, а також дослідження таких аспектів лінгвістики: виявлення та вивчення комунікативних стратегій дискурсу індустрії моди сучасної Іспанії, проведення концептуального аналізу лексичних елементів у текстах моди, дослідження міжкультурної комунікації на базі іспанських періодичних видань про моду.*

*Ключові слова: англіцизми, медіатекст, публіцистичний стиль, мова засобів масової комунікації, індустрія моди Іспанії.*

## ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ АНГЛИЦИЗМОВ В ДИСКУРСЕ ИНДУСТРИИ МОДЫ СОВРЕМЕННОЙ ИСПАНИИ

*М. И. Пиголь (г. Киев, Украина)  
black.m@i.ua*

аспирант кафедры испанской и итальянской филологии Института филологии Киевского  
национального университета имени Тараса Шевченка  
(Министерство образования и науки Украины)  
01601, г. Киев, бульвар Тараса Шевченка, 14

*В статье исследован вопрос о проблеме функционирования англицизмов в дискурсе индустрии моды современной Испании. Рассмотрен и проанализирован контент испаноязычных глянцевого журналов, указывает на их главную лингвистическую особенность, которая заключается в употреблении значительного количества англицизмов. Выявлена общая тенденция употребления англоязычных лексических единиц в современных испанских медиатекстах о моде, что позволяет утверждать, что англицизмы являются одним из главных лингвистических компонентов испанского вокабуляра индустрии моды. Рассмотренные англоязычные термины, функционирующие в современных испанских медиатекстах о моде, характеризуются разной степенью грамматической и графической ассимиляции. Исследование показало, что англоязычные заимствования проникают во все текстовые элементы испанских изданий для женщин из сферы моды. Перспективы исследования заключаются в дальнейшем теоретическом и экспериментальном изучении языка индустрии моды Испании и ее функционирования в современном испанском дискурсе, а также исследования таких аспектов лингвистики: выявление и изучение коммуникативных стратегий дискурса индустрии моды современной Испании, проведение концептуального анализа лексических элементов в текстах моды, исследования межкультурной коммуникации на базе испанских периодических изданий о моде.*

*Ключевые слова: англицизмы, медиатекст, публицистический стиль, язык средств массовой коммуникации, индустрия моды Испании.*

## FUNCTIONING OF ANGLICISMS IN DISCOURSE OF FASHION INDUSTRY IN MODERN SPAIN

*M. I. Pigol (Kyiv, Ukraine)*

PhD student, Department of Spanish and Italian philology, Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv  
 (Ministry of Education and Science of Ukraine)  
 14 Taras Shevchenko Blvd., Kyiv, Ukraine, 01601

*The article is elucidated the problem of the functioning of Anglicisms in the discourse of the modern fashion industry in Spain. Reviewed and analyzed content of Spanish magazines indicates their main linguistic feature that is to use a significant amount of Anglicisms. A general trend of the use of English lexical units in modern Spanish media texts of fashion that suggests that Anglicisms is one of the main components of the Spanish language vocabulary of the fashion industry. English terms which are operating in contemporary Spanish media texts about fashion, characterized by varying degrees of grammatical and graphic assimilation. The study found that English borrowings permeate all text elements of Spanish publications for women of fashion industry. Study prospects consist in further theoretical and experimental study of the language of the fashion industry of Spain and its functioning in modern Spanish discourse, as well as studies of such aspects of linguistics as the identification and study of communication strategies of Spanish fashion discourse, conducting the conceptual analysis of lexical items in fashion texts, the study of intercultural communication on the basis of Spanish fashion periodicals.*

*Key words: anglicisms, media texts, journalistic style, language of the mass media, fashion industry in Spain.*

### Вступ

Дискурс індустрії моди відіграє важливу роль у формуванні і прояві загальних тенденцій розвитку мови. На сучасному етапі функціонування іспанської мови, англіцизми виступають у ролі необхідної риси мови індустрії моди, що підтверджується текстами жіночих журналів іспанських видань вживати англійську лексику. Серед дослідників, які займалися цією темою можна виділити: В. М. Арістову, О. Е. Бондарець, С. Ю. Бухарову, Е. М. Верещагіна, А. А. Волкова, М. Н. Володіна, Н. М. Кузнецову, П. І. Мариненко.

**Актуальність дослідження** обумовлена тим фактом, що протягом останнього десятиліття мода індустрії моди стає найважливішою соціокультурною складовою, а її контент вимагає комплексного дослідження. А також, у зв'язку з масовим поширенням англійської мови, виникає необхідність у фіксації, аналізі та систематизації англійських мовних одиниць у різних типах дискурсу.

**Мета** роботи полягає в комплексному описі англіцизмів на позначення

(Problems of linguistic communications)

Functioning of Anglicisms in discourse of fashion industry in modern Spain (in Ukrainian) [Funkcionuvannja anglicyzmiv u dyskursi industrii' mody suchasnoi' Ispanii']

© Pigol M. I. [Pigol' M. I.] [black.m@i.ua](mailto:black.m@i.ua)

**ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ**  
**[ПРОБЛЕМЫ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ И КОГНИТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ]**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна  
[Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Украина]

<http://philology.knu.ua/node/318>

елементів моди у сучасному дискурсі індустрії моди і у встановленні особливостей їх функціонування в іспанських жіночих глянцевиx журналах.

**Об'єктом дослідження** є англіцизми, тобто слова, що характеризуються різним ступенем адаптації у дискурсі індустрії моди сучасної Іспанії та їх практичне використання у журналах моди.

**Предметом дослідження** стали структурні і семантичні характеристики англіцизмів в іспанських глянцевиx журналах, які не тільки доповнюють, але навіть замінюють і витісняють іспанську лексику.

**Матеріалом дослідження** послуговували тексти статей, заміток, заголовків і підзаголовків іспанських періодичних видань для жінок. Загальний обсяг текстів склав близько 3000 сторінок. Було проаналізовано понад 1000 вживань англіцизмів. Для аналізу медіатекстів було вибрано шість найбільш популярних іспаномовних щомісячних видань у період з 2014 по 2015 рік, а саме: Vogue, Glamour, InStyle, Cosmopolitan, Elle, Marie Claire, InStyle. Також розглянуто національне видання Woman, створене за міжнародним зразком.

**Методи дослідження** ґрунтуються на основі врахування лінгвістичних положень про зв'язок мови індустрії моди та суспільно-політичних процесів, взаємодію суб'єктивного та об'єктивного в мові, співвідношення форми і змісту мовних одиниць. Основний метод дослідження – метод безпосереднього спостереження за мовним матеріалом сучасних іспанськомовних періодичних видань про моду. Завдання і характер дослідження зумовили використання *комплексної методики*, яка дозволяє дослідити динаміку функціонування англіцизмів в сучасному дискурсі індустрії моди Іспанії, а саме причини і шляхи проникнення іншомовних слів в іспанський контент моди, причини та етапи освоєння англіцизмів сучасною іспанською мовою періодичних видань про моду, англіцизми як релевантна риса сучасного іспанського вокабуляру індустрії моди. Відповідно до поставлених завдань у роботі використовувались такі методи: *текстово-інтерпретаційний метод*, який уможливив витлумачення змісту тексту публіцистичного видання сфери індустрії моди та аналіз текстових фрагментів у ракурсі цілого тексту, з'ясування їхнього функціонального навантаження у вираженні авторської ідеї та сприйнятті його цільовим реципієнтом; *зіставний аналіз, порівняльно-типологічний метод та метод узагальнення*, пов'язаний з визначенням спільних мовних особливостей.

**Наукова новизна** роботи полягає в тому, що у ній уперше проводиться комплексний аналіз англійських запозичень, що використовуються у мові іспанських жіночих видань. Крім того, в роботі була вперше зроблена спроба простежити шляхи формування як іспанської, так і міжнародної мови індустрії

© Піголь М. І. [Пуголь М. И.] [black.m@i.ua](mailto:black.m@i.ua)

**Функціонування англіцизмів у дискурсі індустрії моди сучасної Іспанії** (Українською) [Функционирование англицизмов в дискурсе индустрии моды современной Испании] (На укр. яз.)

(Проблеми комунікативної лінгвістики [Проблемы коммуникативной лингвистики])

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS  
 [PROBLEMY SEMANTYKY, PRAHMATYKY TA KOHNITYVNOI LINGVISTYKY]

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://philology.knu.ua/node/318>

моди з точки зору її англіцизації.

### Основний зміст

Мода – не тільки засіб демонстрації соціального статусу, а й засіб спілкування між людьми, форма масової комунікації. Слідування моді виявляє ставлення людини до суспільства, до навколишнього світу, до самого себе. З одного боку, особистість хоче зберегти свою індивідуальність, а з іншого – прагне ідентифікувати себе з іншими членами суспільства. Як відомо, процес всесвітньої глобалізації, що є відмінною рисою сучасності, зачіпає багато сфер людської діяльності, у тому числі і мову як основний інструмент комунікації. Доказом цього стає запозичення англійської лексики у світовий лексичний контент. Явище глобалізації виявляється в тому, що, зазвичай, різні мови світу запозичують одні й ті ж терміни, характерні для тієї чи іншої галузі діяльності. Мова моди, що, у великій мірі схильна до глобалізації, не залишилася осторонь світової тенденції. Цей факт підтверджує порівняльний аналіз англіцизмів, що вживаються в двох версіях (іспанській та українській) відомого міжнародного видання про моду “Vogue”. Будь-яке глянцеve видання – це комерційний продукт. Незважаючи на те, що такі видання як: “Vogue”, “Cosmopolitan”, “Elle”, “Instyle”, “Marie Claire” є всесвітньо відомими брендами, що забезпечує їм хорошу рекламу, тим не менш, для збільшення рівня продажів, ці видання повинні постійно чимось привертати до себе увагу покупця.

Англіцизмам тут належить особлива роль. Лінгвістичний аналіз обкладинок іспанських версій розглянутих журналів демонструє велику наявність англіцизмів. Отож, для обкладинок видань часто використовується типовий англіцизм “look”, який, як правило, використовується в множині *looks*.

Наприклад:

*Los mejores looks del verano* (Instyle, marzo 2014).

*Total looks con Alba Galocha y Aída Artiles* (Instyle, marzo 2014).

Крім зазначеного, лексика мови моди включає в себе інші лексико-семантичні групи, серед яких можна виділити:

- найменування предметів одягу;
- найменування предметів взуття та аксесуарів;
- найменування тканин;
- найменування стилів в одязі.

Серед предметів одягу можна виділити ті найменування, чия поява в різних мовах світу була викликана потребою номінації предмета одягу нового дизайну. До таких термінів належать *esmoquin*, *shorts/pantalón corto*, *blazer*, *body*, *cardigan* та інші. Більшість цих англіцизмів вже включені в словник іспанської мови. Як

(Problems of linguistic communications)

Functioning of Anglicisms in discourse of fashion industry in modern Spain (in Ukrainian) [Funkcionuvannja anglicyzmiv u dyskursi industrii' mody suchasnoi' Ispanii']

© Pigol M. I. [Pigol' M. I.] [black.m@i.ua](mailto:black.m@i.ua)



**ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ**  
**[ПРОБЛЕМЫ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ И КОГНИТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ]**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна  
[Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Украина]

<http://philology.knu.ua/node/318>

правило, вони є адаптованими і використовуються в мові носіїв мови - реципієнта.

Наприклад:

*Body rojo de lycra con flores aplicadas y encaje.* (Cosmopolitan, febrero 2015)

*Body negro de lycra y microtul bordado.* (Vogue, marzo 2015)

Говорячи про аксесуари, слід звернути увагу на запозичення “clutch”, яке стрімко завойовує позиції в “глобалізованій” мові моди. Французький “Vogue” поки не використовує даний англiцизм, на противагу українському виданню. Іспанська версія “Vogue”, яка використовувала еквівалент “bolso de mano”, у 2010 все ж таки здалася під натиском американського гніту.

Наприклад:

*Bolso tipo clutch en piel.* (Vogue, abril 2015)

*Clutch de piel de serpiente dorada, Jimmy Choo.* (Vogue España, agosto 2015).

Порівнюючи іспанські видання, де даний англiцизм (clutch) уже набув популярність, можна виділити журнал “ELLE” та “Instyle”. Наприклад:

*CON EL CLUTCH BAJO EL BRAZO: El accesorio imprescindible en tu armario* (ELLE, agosto 2014).

Що стосується найменувань стилів в одязі, то тут, напевно, більше, ніж в інших лексичних підгрупах, спостерігається “диктатура” американського національного варіанту англійської мови. Як відомо, існує велика безліч стилів одягу. Але якщо говорити про найпопулярніші та наймодніші на сьогодні образи, то майже всі вони позначаються англійським словом або виразом, і це притому, що більшість з даних найменувань мають абсолютні еквіваленти в іспанській, українській, англійській та французькій мовах. Тому, відкривши ту чи іншу версію розглянутих журналів, кожна читачка може зустріти такі лексеми: *dress code, casual, street fashion/style, lady-like, vintage, baby-doll* та інші. Крім того, в текстах модних журналів часто вживаються такі вирази, як *boyfriend style* або *sportswear*.

Наприклад:

*El dress code para la primera cita* (Vogue, febrero 2014).

*Aprovecha el casual day para vestir cómoda e informal* (Instyle, octubre 2014).

Мода є основною темою жіночих журналів, проте подібні видання також публікують матеріали про красу, мистецтво, стиль життя та спорт. Тексти кожної рубрики і підрубрики іспанської версії журналів «Cosmopolitan», “Vogue”, “Marie Claire”, “Elle”, “Instyle” містять велику кількість англо-американських запозичень. Найбільш типовими є такі запозичення: *shopping, backstage, top model, make - up, cool, boom, art, hit, hot* та інші.

Масове поширення моди в різних її проявах, що отримує широке

© Піголь М. І. [Піголь М. И.] [black.m@i.ua](mailto:black.m@i.ua)

Функціонування англiцизмів у дискурсі індустрії моди сучасної Іспанії (Українською) [Функционирование англицизмов в дискурсе индустрии моды современной Испании (На укр. яз.)]

(Проблеми комунікативної лінгвістики [Проблемы коммуникативной лингвистики])

**PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS**  
**[PROBLEMY SEMANTYKY, PRAHMATYKY TA KOHNITYVNOI LINGVISTYKY]**

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://philology.knu.ua/node/318>

висвітлення не тільки в основних видах традиційних іспанських ЗМІ, таких як газети, журнали, радіо і телебачення, а й в сфері Інтернету, зокрема в електронних версіях друкованих видань, в інтернет-журналах про моду, зумовило такі особливості мови індустрії моди.

Проведене дослідження іспанських глянцевого журналі показало, що англійські терміни є невід'ємним лексичним компонентом мови моди, характерним для подібних видань, адже розглянуті нами англійцізми постійно вживаються як у рамках одного видання, так і у всіх обраних для дослідження модних журналах.

Наведемо деякі приклади:

*78 Hits que calientan tu maleta de playa* (Vogue, mayo 2014).

*Lo más flower print* (Marie Claire, febrero 2014).

Якщо схильність до вживання англо-американізмів в заокеанських виданнях можна пояснити їх походженням, то подібна ситуація в журналах “Elle” і “Marie Claire” не стосується цього пояснення. Адже загальновідома мовна політика Франції, відмінною рисою якої є негативне ставлення до англо-американських запозичень, що проникають у французьку мову. Проте, у результаті проведеного дослідження з'ясувалося, що іспанські версії журналів “Elle” і “Marie Claire” також характеризуються постійним використанням не тільки типових для глянцевої преси англійцізмів – слів, але й також словосполучень.

Наприклад:

*STYLE IN THE CITY: Looks abrigados con un plus de estilo* (Elle, diciembre 2015).

*I LOVE JEAN: El código 'denim' es el protagonista de nuestras compras a precios mini* (Elle, abril 2014).

Таким чином, спостерігається загальна тенденція в лексичній своєрідності іспанської мови моди, носієм якої є гляцеві журнали, яка полягає в тому, що розглянуті англійцізми є невід'ємною частиною гляцевих видань.

При дослідженні лексикографічного відображення англійцізмів, що відносяться до теми моди нами було встановлено, що в останнє видання DRAE занесені лише двадцять англійських запозичень, а саме: *bermudas, biquini, blazer, body, cárdigan, jersey, look, polo, short, esmoquin, top, lycra, nilon/nailon, cachemira, folk, hippie/hippy, rock/roquero, unisex, kit, sex – appeal*. Деякі з термінів індустрії моди вже зазнали графічну адаптацію (*cárdigan, biquini, cachemira, nailon*) і давно використовуються в мові сучасної Іспанії. Інші запозичення фіксуються в словнику у споконвічній англійській формі (*look, short, blazer, lycra, sex-appeal*).

Розглянуті англійцізми також вживаються у статтях різних іспанських газет

(Problems of linguistic communications)

**Functioning of Anglicisms in discourse of fashion industry in modern Spain** (in Ukrainian) [**Funkcionuvannja anglicyzmiv u dyskursi industrii' mody suchasnoi' Ispanii'**]

© Pigol M. I. [Pigol' M. I.] [black.m@i.ua](mailto:black.m@i.ua)

**ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ**  
**[ПРОБЛЕМЫ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ И КОГНИТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ]**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна  
[Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Украина]

<http://philology.knu.ua/node/318>

(El País, El mundo, Hola), присвячених темі моди, стилю, життя знаменитостей.

Наприклад:

*Los 10 mejores 'looks' vistos en el Festival de Cine de TriBeCa, ¿cuál es tu favorito? (Hola, abril 2014)*

*Victoria's Secret 'Fashion Show': Las imágenes más impresionantes de este desfile a lo largo de su historia (Hola, noviembre 2015).*

Будь-яке іншомовне слово починає асимілюватися в новій для нього системі буквально з самого початку проникнення в мову – реципієнта. Перш за все, це стосується іменників, які запозичуються частіше, аніж інші частини мови. Потрапляючи в іспанську мову англійські слова, в першу чергу, набувають категорію роду, що виражається у вживанні означеного або неозначеного артикля при даному терміні, а також при узгодженні розглянутого іменника з прикметниками.

Наприклад :

*La actriz lució silueta – y color nuevo de pelo– con una sofisticada versión del little black dress (Instyle, octubre 2014).*

*Famosas en la fashion week de la Gran Manzana - Paris Hilton. (Marie Claire, septiembre 2014)*

У деяких випадках категорія роду присвоюється відповідно до статевої ознаки того, кого характеризує те чи інше іншомовне слово. Наприклад, *el/la fashionista, el /la fashion victim, el/la personal shopper, el/la celebrity*:

Наприклад:

*Es un referente en el mundo de las celebrities (Elle, diciembre 2015).*

*Somos los fashion doctors, y estamos aquí para curar el mal gusto (Vogue, julio 2015).*

### **Висновки**

Вживання значної кількості англіцизмів та цілих фраз є однією з головних особливостей мови глянцевого журналізму.

Подібний всеосяжний інтерес до моди у всіх її проявах, у тому числі і в Іспанії, обумовив мову моди як системи знаків і певних дискурсивних ресурсів. Релевантною рисою даної мови є вживання типових для моди англіцизмів у всіх досліджених глянцевого виданнях Іспанії. Таким чином, простежується загальна тенденція вживання англомовних лексичних одиниць в різних іспанських медіатекстах про моду, що дозволяє стверджувати, що англіцизми є однією з основних рис іспанської мови моди.

Серед розглянутих нами англіцизмів виявлені запозичення, які занесені в словники іспанської мови, а також слова, значення яких представлено тільки в

© Піголь М. І. [Піголь М. И.] [black.m@i.ua](mailto:black.m@i.ua)

**Функціонування англіцизмів у дискурсі індустрії моди сучасної Іспанії (Українською) [Функционирование англицизмов в дискурсе индустрии моды современной Испании (На укр. яз.)]**

(Проблеми комунікативної лінгвістики [Проблемы коммуникативной лингвистики])



**PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS**  
**[PROBLEMY SEMANTYKY, PRAHMATYKY TA KOHNITYVNOI LINGVISTYKY]**

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://philology.knu.ua/node/318>

словнику англiцизмiв. Розглянутi англiзованi термiни, що функцiонують в текстах про моду, характеризуються рiзним ступенем граматичної асимiляцiї. Граматична адаптацiя iменникiв проявляється у привласненнi категорiї роду i числа. Бiльшiсть англiцизмiв набуває той рiд, яким володiє його iспанський еквiвалент або предмет, з яким вiн спiввiдноситься. Крім того, спостерiгається вживання деяких термiнiв у двох родах, що схвалюється Королiвською Академiєю (*la blazer / el blazer*).

Дане дослідження показало, що англiзованi запозичення проникають у всi текстовi елементи iспанських видань для жiнок. У питаннi оформлення англiцизмiв в глянцевиx журналах спостерiгається вiдсутнiсть загальної тенденцiї як в рамках одного номера, так i в рiзних виданнях. Такi журнали як: “Vogue”, “InStyle”, “Elle” дотримуються правила графiчного видiлення запозичень, у тому числi i англiцизмiв, зафiксованих в DRAE. У свою чергу, журнали “Glamour”, “Cosmopolitan” та “Marie Claire” не видiляють англiйськi слова та словосполучення, що не занесенi в словник Королiвської Академiї. Загальна тенденцiя, характерна для всiх розглянутих журналiв, проявляється у вiдсутностi маркування англiцизмiв, якi вживаються в заголовках статей, заминок i в назвах рубрик, що також йде врозрiз з нормами iспанської традицiї.

### **Перспективи подальших наукових розвiдок**

Перспективи дослідження полягають у подальшому теоретичному й експериментальному вивченнi мови iндустрiї моди Iспанiї та динамiки її функцiонування у сучасному iспанському дискурсi, а також дослідження таких аспектiв лiнгвiстики: виявлення та вивчення комунiкативних стратегiй дискурсу iндустрiї моди сучасної Iспанiї, проведення концептуального аналізу лексичних елементiв у текстах моди, дослідження мiжкультурної комунiкацiї на базi iспанських перiодичних видань про моду.

### **Лiтература**

1. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры / Ролан Барт; [пер. с фр., вступ. ст. и сост. С.Н. Зенкина]. – М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2003. – 512 с.
2. Бухарова С. Ю. Специфика заимствований в испанском языке (на материале арабизмов и англицизмов): автореф. дисс. на соискание ученой степени канд. филол. наук. 10.02.05 / Светлана Юльевна Бухарова. – М., 1994. – 20 с.
3. Галатiна Г. О. Функцiонування англiзованих запозичень у текстах iспанської преси (на матерiалi друкованих видань “El Paїs”, “El Mundo”) / Ганна Олександрiвна Галатiна // Мовнi i концептуальнi картини свiту. – 2010. – № 30. – С. 342–346.
4. Журавлева С.В. Развитие английского женского дискурса как функциональной системы (на материале английского языка XIX-XXI веков): Дис. канд. филол. наук / Светлана Владимировна Журавлева. – Тула, 2010. – 184 с.

(Problems of linguistic communications)

**Functioning of Anglicisms in discourse of fashion industry in modern Spain (in Ukrainian) [Funkcionuvannja anglicyzmiv u dyskursi industrii' mody suchasnoi' Ispanii']**

© Pigol M. I. [Pigol' M. I.] [black.m@i.ua](mailto:black.m@i.ua)

**ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ**  
**[ПРОБЛЕМЫ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ И КОГНИТИВНОЙ ЛИНГВИСТИКИ]**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна  
[Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Украина]

<http://philology.knu.ua/node/318>

5. *Смеюха В.В.* Особенности развития глянцевого женских журналов / Виктория Вячеславовна Смеюха // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – №1. – 2010. – С.209-214.

6. *Bookless T.* The language of the Spanish Press / Tom Bookless // Tesis inédita para el título de M. Phil. por la Universidad de Leeds, 1989. – 176 p.

7. *Gallego, J.* Mujeres de papel de ¡Hola! A Vogue: la prensa femenina en la actualidad. Barcelona / Juana Gallego Ayala. – ICARIA Editorial, S.A. 1990. – 202 p.

8. *Hernández Guerrero, J.A.* Las palabras de moda / Jose Antonio Hernández Guerrero // Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz, 2006. – 462 p.

**Джерела ілюстративного матеріалу**

9. *Vogue*, 2014-2015.
10. *Instyle*, 2014-2015. –
11. *Cosmopolitan*, 2014-2015.
12. *Elle*, 2014-2015.
13. *Marie Claire*, 2014-2015.
14. *Glamour*, 2014-2015.

**References**

1. Bapт P. *Cictema mody. Ctat'i po cemiotike kyl'tyry*. [per. c fp., vctyp. ct. i coct. C.N. Zenkina]. M. Izd-vo im. Cabashnikovyx, 2003. 512 c.

2. Выхарова С. Ю. *Сpecifica zaimctvovaniy v icpanckom jazyke (na matepiale apabizmov i anglicizmov)*: avtopef. diss. na coickanie ychenoj ctepeni kand. filol. nayk. M., 1994. 20 c.

3. Galatina G. O. *Fynkcionyvannja angломovnyx zapozychen' y tekctax icpanc'koi' ppecy (na matepiali dpykovanyx vydan' "El País", "El Mundo")*. Movni i konceptyal'ni kaptyny cvity. 2010. № 30. С. 342–346.

4. Zhypravleva C.B. *Pazvitie anglijckogo zhenckogo dickypca kak fynkcional'noj cictemy (na matepiale anglijckogo jazyka XIX-XXI vekov)*: Dic. kand. filol. Nayk Tyla, 2010. 184 c.

5. Смеюха В.В. *Оcobенности pazvitija gljancevyx zhenckix zhyrnalov*. Vectnik VGY. Cepija: Filologija. Zhyrnalictika. №1. 2010. С.209-214.

6. Bookless T. *The language of the Spanish Press*. Tesis inédita para el título de M. Phil. por la Universidad de Leeds, 1989. 176 p.

7. Gallego, J. *Mujeres de papel de ¡Hola! A Vogue: la prensa femenina en la actualidad*. Barcelona. ICARIA Editorial, S.A. 1990. 202 p.

8. Hernández Guerrero, J.A. *Las palabras de moda. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz*, 2006. 462 p.

9. *Vogue*, 2014-2015.
10. *Instyle*, 2014-2015.
11. *Cosmopolitan*, 2014-2015.
12. *Elle*, 2014-2015.
13. *Marie Claire*, 2014-2015.
14. *Glamour*, 2014-2015.

© Піголь М. І. [Пиголь М. И.] [black.m@i.ua](mailto:black.m@i.ua)

**Функціонування англіцизмів у дискурсі індустрії моди сучасної Іспанії (Українською) [Функционирование англицизмов в дискурсе индустрии моды современной Испании (На укр. яз.)]**

(Проблеми комунікативної лінгвістики [Проблемы коммуникативной лингвистики])