

Анализ концептуальной природы концепта *hospitality* ‘гостеприимство’ в английском и русском языках проводился с помощью этимологических, толковых словарей, словарей синонимов и антонимов, словарей поговорок и контекстуального анализа, так как контекст конкретизирует смысл и выявляет все нюансы его семантики.

В результате исследования мы выявили следующее: в английском языке термин «гостеприимство» в словарях трактуется почти идентично. А именно выделяются два основных значения: 1) *hospitable treatment, reception or disposition* ‘сердечный, щедрый, дружелюбный прием или расположение, отношение к гостям’ и 2) *the activity or business of providing services to guests in hotels, restaurants, bars* ‘сфера деятельности по предоставлению услуг гостям в отелях, ресторанах, барах’.

В русском же языке концепт «гостеприимство» трактуется как ‘готовность, желание принимать гостей’ либо ‘радушие, хлебосольство’. Обширный образно-ассоциативный ряд для обозначения гостеприимства в русском языке связан с этнокультурной спецификой русской культуры, а именно, с традицией гостеприимства, являющейся одной из самых главных и значимых.

Для англичан концепт «гостеприимство» выступает не только как положительное отношение к гостям и радушный прием, но и как сфера деятельности, сфера услуг для гостей на особом мероприятии’, что репрезентирует национальные черты характера англичан: светскость, следование этикету и нормам поведения.

Национально-культурная специфика реализации концепта «гостеприимство» в русском языке обусловлена уникальностью национального характера, а именно: объективизацией понятия великодушия и доброты русской души. А в выражении концепта «гостеприимство» в английском языке отражены стереотипные черты характера англичан: сдержанность, невозмутимость, следование этикету, а также особенности их культуры.

Таким образом, рассмотренный нами концепт «гостеприимство» является этноцентричным, при одинаковом наборе составляющих у каждого народа существуют особые, только ему присущие особенности национального мировидения и оценки мира. Эти составляющие могут быть этническими, этическими, культурологическими, символическими и зависящими от ранее создавшейся картины мира.

В. Кунделева

ЯЗЫКИ-ДОНОРЫ В ДИСКУРСЕ МОДЫ

Многоаспектность коммуникации в сфере моды определяет интерес к ней со стороны исследователей. Ученых интересует история моды, макро- и микроструктура дискурса моды, терминологическая составляющая и т.д. Объектом данного исследования являются заимствования в дискурсе моды. Материалом для исследования послужили 6 белорусских печатных и электронных изданий о моде (*Promoda.by*, *Pret-a-portal.by* и т.д.). В результате

было отобрано 9 статей, которые содержат 95 заимствований. В материале исследования, который представлен заимствованными терминами, было обнаружено, что 43 из них представлены англицизмами, 28 – галлицизмами, 14 – заимствованиями из других европейских языков.

Среди заимствований из английского языка преобладают названия стилей и направлений (*колорблок, гламур, кэжуал, оверсайз, милитари*), предметов одежды (*леггинсы, свитшот, чинос, тренчкот, худи*), лексика, относящаяся к коммерции в области моды (*бренд-бук, концепт-стор, масс-маркет, кампейн, байер*) и др. Стоит отметить, что наибольшее количество заимствований из англоязычной лексики в области моды приходится на период, начиная с последней трети XX в. и до сегодняшнего времени.

В выборке присутствуют заимствования и из других европейских языков, больше всего из французского. Это обусловлено тем, что в языке моды XIX и начала XX в. доминировал французский язык и были заимствованы названия предметов одежды, тканей, аксессуаров: *силуэт, кепка, жаккард, от кутюр*. Из испанского языка, например, была заимствована вторая часть понятия *брюки-карго*, а из итальянского – *брюки-палаццо*. Примеры из немецкого, польского и некоторых других языков единичны.

Таким образом, наибольшее количество заимствований в дискурсе моды на примере белорусских СМИ представлено англицизмами, что, несомненно, связано с сильным влиянием англосаксонской культуры в сфере моды.

К. Лазебная

СПЕЦИАЛЬНАЯ ЛЕКСИКА В СООБЩЕСТВЕ ФАНАТОВ КОРЕЙСКОЙ МУЗЫКИ

Фанатская лексика – все термины, непосредственно связанные с фанатами корейских поп-артистов и активной деятельностью фан-сообщества. К ним относятся специфические лексические единицы, используемые в сообществе фанатов корейской музыки для обозначения различных понятий, например, *фанатеть, неадекватный фанат*, и атрибутики с эмблемой группы.

В настоящее время по причине неадекватности некоторых фанатов, одним из наиболее часто используемых ими слов является слово *сасэн*, которое представляет собой корейский неологизм, означающий поклонников поп-музыкантов, особенно фанатично любящих своих кумиров и способных в ряде случаев на нарушение закона ради них. Хотя этим термином также могут называть просто очень сильное увлечение некоторыми исполнителями, именно агрессивность и попытки пристально отслеживать жизнь кумира считаются отличительными чертами поведенческой модели *сасэн*. Фанаты, называющие себя *сасэн*, крайне негативно воспринимаются исполнителями к-попа, поскольку они зачастую нарушают личную жизнь артистов или крадут личные вещи: *Тема с сасэн актуальна на протяжении долгого времени, людям действительно нравится перекрывать чужое пространство?*