

ВЕСТИМЕНТАРНЫЕ ПРАКТИКИ КАК ИГРЫ С ХРОНОТОПОМ: ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ КОР-ЭСТЕТИК В МЕДИАДИСКУРСЕ

Российский новый университет, г. Москва, Россия

Аннотация. Статья посвящена анализу вестиментарных практик как игр с хронотопом в аспекте функционирования кор-эстетик в медиадискурсе. Анализируется их роль в распознавании трендов, трансформации социальных норм и идентичностей в зависимости от актуализации временных параметров и хронотопических моделей. Актуальность исследования обусловлена интересом к семантике темпоральности – ключевому аспекту языковых и культурных процессов. Кор-эстетики с выраженной темпоральной семантикой «играют с хронотопом», моделируя медиапамять, переосмысливая культурные феномены разных эпох и формируя индивидуальные и коллективные установки. Анализ временных стратегий смыслообразования в модных трендах важен для понимания динамики социокультурных изменений. Материалом для исследования послужили тексты интернет-СМИ медиадискурса моды. В работе использованы компонентный, контекстологический, описательный, классификационный методы, когнитивно-дискурсивный анализ. Систематизация кор-эстетик выявляет механизмы моделирования социокультурных трендов. Исторические кор-эстетики медиапамятью прошлого, формируют ностальгию и переосмысление в медиа. Современные кор-эстетики связаны с урбанизмом, спортом, фантазией, мистикой и гендерными ролями; они pragматичны, технологичны, ироничны и опираются на цифровые платформы. Футурристические кор-эстетики апеллируют к технологиям и фантастике, выражая амбивалентность и формируя альтернативные нарративы. Таким образом, темпоральная семантика кор-эстетик обеспечивает моделирование медиапамяти, трансляцию эмоциональных доминант и формирование индивидуальных и коллективных установок.

Ключевые слова: кор-эстетики, темпоральность, медиадискурс, медиапамять, эмоциональная доминанта

T. A. Golikova

VESTIMENTARY PRACTICES AS GAMES WITH A CHRONOTOPES: FUNCTIONING OF CORE AESTHETICS IN MEDIA DISCOURSE

Russian New University, Moscow, Russia

Abstract. The article is devoted to the analysis of vestimentary practices as games with a chronotope in the aspect of the functioning of core aesthetics in media discourse. Their role in recognizing trends, transforming social norms and identities depending on the actualization of time parameters and chronotopic models is analyzed. The relevance of the research is due to the interest in the semantics of temporality, a key aspect of linguistic and cultural processes. Aestheticians with pronounced temporal semantics “play with the chronotope”, modeling media memory, rethinking cultural phenomena of different eras and forming individual and collective attitudes. The analysis of temporal strategies of meaning formation in fashion trends is important for understanding the dynamics of socio-cultural changes. The research was based on the texts of the online media of the fashion media discourse. The work uses component, contextual, descriptive, classification methods, cognitive-discursive analysis. The systematization of core aesthetics reveals the mechanisms of modeling socio-cultural trends. Historical aesthetics mediate the past, form nostalgia and reinterpretation in the media. Modern core aesthetics are associated with urbanism, sports, fantasy, mysticism, and gender roles; they are pragmatic, technological, ironic, and rely on digital platforms. Futuristic core aesthetics appeal to technology and fiction, expressing ambivalence

and forming alternative narratives. Thus, the temporal semantics of core aesthetics provides the modeling of media memory, the translation of emotional dominants, and the formation of individual and collective attitudes.

Keywords: *core aesthetics, temporality, media discourse, media memory, emotional dominance*

Введение. Настоящее исследование посвящено анализу вестиментарных практик как игр с хронотопом в аспекте функционирования кор-эстетик в медиадискурсе.

В настоящее время доминирование английского языка как основного языка заимствования в области терминов моды представляет собой многоаспектный феномен. Во-первых, мы наблюдаем смещение культурного влияния, когда традиционное лидерство Франции и французского языка моды [4], [7], [8] постепенно уступает место англо-американскому влиянию в новых модных сегментах: если за французской модой остается сегмент «высокой моды», то англо-американский сегмент посвящен главным образом стрит-культуре и многочисленным разновидностям «уличной моды». Во-вторых, англоязычные цифровые платформы формируют терминологию, а также способы категоризации модных явлений. Несмотря на большой процент запрещенных в Российской Федерации подобных интернет-ресурсов, «модные» тенденции, явления, компоненты проникают в русскоязычный сегмент и репрезентируются классификаторами (хештегами), сторис-форматами, рилс-трендами, постами-каруселями, челленджами, мемами (в том числе звуковыми), эстетическими досками и т. п. В-третьих, серьезным фактором в пользу предпочтения английского языка служит семантическая емкость английских терминов и обозначаемых ими социокультурных концептов.

Выбор первого элемента в названии кор-эстетики направлен на однозначность интерпретации. Характеризующий данную эстетику признак сразу дает пользователю ориентир и не формирует при восприятии контекст неопределенности (ср. [2]).

Систематизация кор-эстетик как визуально-вербальных кодов способствует распознаванию многочисленных трендов и образов в медиадискурсивных «модных» контекстах. Мониторинг, декодирование, интерпретация культурно-эстетических трансформаций в медиапространстве позволяет фиксировать динамику социальных норм, идентичностей и установок. Моделирование ассоциативно-семантических полей исследуемых кор-эстетик предоставляет участникам медиакоммуникации эффективный способ обмена информацией с учетом различных сторон (автор, аналитик, маркетолог, потребитель и т. п.).

Так, А. Камнева, предлагая модель вестиментарной синхронизации и координации при анализе динамики современной уличной моды, отмечает, что если мода функционирует как механизм стабилизации и выступает посредником между пространственно-и временно-ориентированными практиками, то предлагаются три сценария. На начальных стадиях формирования субкультурного стиля, противостоящего мейнстримной моде, доминирующей тенденцией в формировании тренда является временная ориентация (мода + костюмизация). В случае хайпов, характеризующихся широким распространением и короткой памятью, пространственная ориентация быстро опережает временную, что ведет к ускорению модного времени. В третьем случае пространственная ориентация и рекурсивная временная ориентация развиваются симметрично или временно объединены (унификация + костюмизация), стремятся создавать пространственную и временную стабильность, противодействуя нестабильности моды и предотвращая колебания [10, pp. 142–143].

Цель настоящего исследования заключается в выявлении специфики функционирования кор-эстетик в медиадискурсе, анализе их темпоральной семантики.

Актуальность исследуемой проблемы. Исследование посвящено актуальной проблеме функционирования кор-эстетик в современном медиадискурсе. Англоязычный компонент «-соге», адаптированный как «-кор», стал активным словообразовательным элементом в современном русском языке, отражая процессы культурной интеграции и самоидентификации личности посредством эстетических кодов, в том числе в цифровом пространстве.

Актуальность исследования определяется также растущим интересом к семантике темпоральности как фундаментальному аспекту языковых и культурных процессов. Кор-эстетики, обладая ярко выраженной темпоральной семантикой, выступают в роли своеобразных «игр с хронотопом», позволяя моделировать коллективную медиапамять, переосмысливать культурные феномены разных эпох и формировать индивидуальные и коллективные установки. Анализ временных стратегий смыслообразования в модных трендах имеет важное значение для понимания динамики социокультурных процессов.

Материал и методы исследования. Материалом для исследования послужили тексты интернет-СМИ медиадискурса моды. В работе использованы компонентный, контекстологический, описательный, классификационный методы, когнитивно-дискурсивный анализ.

Результаты исследования и их обсуждение. Неологизмы, образованные с помощью компонента «-соге», активно функционируют в дискурсе моды, отражая процессы номинации и концептуализации современных эстетических микротрендов (кор-эстетик). Адаптированная в русском языке лексема «**кор**» фиксируется в медиапространстве начиная в 2020-х гг.: *Мир моды окончательно захватили «коры»* [РГ. 29.08.2023]; *Многие уверены, что за «кором» кроются современные онлайн-субкультуры, но это все-таки слишком поверхностно, ведь большинство трендов отражают только внешний вид* [РБК. 16.02.2025].

Отсутствие русских эквивалентов в дискурсе моды компенсируется узнаваемым корневым компонентом «-соге» («-кор») с общим значением ‘ядро, суть чего-либо’, который обычно является вторым корнем по отношению к первой части слова, несущим конкретное название стиля. В современном социальном контексте соответствующий сегмент моды характеризуется упрощением жизненных практик и превращает социальную среду в своего рода «примерочную», в рамках которой субъекты на протяжении ограниченного периода (от нескольких часов до нескольких недель) апробируют альтернативные жизненные стили и внешние идентичности.

Так, не случайно появляется тренд «**нормкор**» как философия антимоды, как отказ от определенного стиля вообще в силу усталости от огромного количества и разнообразия всех «-коров» [5]. Семантический анализ лексемы «**нормкор**» демонстрирует полисемантическую структуру и расширение значения в русскоязычном социокультурном контексте. Исходное денотативное значение «**нормкор**» формируется как концепция антимодной эстетики, выражаясь в сознательном отказе от трендов и массовых стилей, что отражает критику массовой культуры и коммерциализации моды (*Нормкор – это тенденция в моде, предполагающая подчеркнуто простой, непрятязательный, при этом функциональный и комфортный стиль в одежде* [burdastyle.ru]). В процессе семантического расширения «нормкор» приобретает прагматическое значение ‘любая простая и функциональная одежда, ориентированная на комфорт и минимализм’ (ср. *Нормкор – направление в уличной моде, которое строилось на стремлении к «обычности», образы нормкора были нарочито спокойными, как бы приближенными к базовому стилю прохожих на улице* [Коммерсантъ. 07.11.2022]). Сегодня фиксируется аксиологический смысл обыденности, устойчивого социокультурного поведения, подчеркивающий простоту и непрятязательность как преимущество. Коннотативный ряд включает ассоциативные смыслы аутентичности и честности, а также отсутствие претенциозности, излишней демонстративности и искусственности. Таким образом, расширение значения лексемы «нормкор» осуществляется от первоначальной критики модных дискурсов к культурной демонстрации простоты и функционального минимализма как знака подлинности и социокультурной рефлексии.

Визуально-коммуникативные стратегии медиадискурса обеспечивают понимание кор-эстетик как медиапродукта, что позволяет медиапродюсерам, маркетологам формировать таргетированные сообщения, максимально соответствующие установкам и ценностям целевой аудитории. Соответственно, последующее прогнозирование формирования и функционирования эстетических трендов медиадискурса способствует закреплению необходимых сценариев, позволяя эффективно планировать контент и стратегии кампаний.

Систематизация кор-эстетик, основанная на семантике темпоральности, служит эффективным аналитическим инструментом для изучения медиадискурса моды, позволяющим выявить механизм функционирования соответствующей культурно-эстетической идентичности в масс-коммуникации. Во-первых, темпоральная классификация отражает фундаментальные хронотопические особенности лингвокультурных процессов, отражающих специфику восприятия, интерпретации норм и ценностей в различные эпохи. Во-вторых, системный анализ медиадискурса моды выявляет универсальное и локальное в визуально-вербальном кодировании феноменов моды, что в целом ориентирует аудиторию и корректирует понимание актуальных трендов.

1. Кор-эстетики исторической рефлексии.

1.1. Исторические реверсии в кор-эстетиках.

Эстетики, связанные с прошлым, представляют собой культурно-эстетические феномены, которые вдохновляются атрибутикой исторических эпох, недавнего прошлого и сопровождаются ностальгическими эмоциями. Эти стилистические направления – от глубокого исторического прошлого с его уникальными хронотопическими особенностями до образов и символов конца XX века – формируют эмоционально насыщенный символический контекст массмедиа и связывают универсальные культурные коды с локальными историко-социокультурными феноменами.

В эту группу входят эстетики с прямой исторической отсылкой, хронотопически охватывая европейское, включая славянское, прошлое: «*кастлкор*» (средневековье, готические мотивы, викторианская мода), «*мединекор*» (средневековье), «*реджискор*» (эпоха регентства), «*роялкор*» (королевский стиль), «*дендикор*» (классический денди-стиль), «*славиккор*» (славянский стиль), «*ковбойкор*» (традиционные элементы ковбойского стиля). Социальный контекст преимущественно – знать, дворянство, аристократия. Визуальная стилистика создается богатством деталей, использованием традиционных тканей, орнаментов и цветовой палитры, характерных для исторической эпохи каждого направления. Эмоциональной доминантой выступают ностальгические, романтические чувства. Посредством элементов одежды, музыкальных ассоциаций, поведенческих моделей, эстетической специфики аудитория «связывает» себя с историей, культурой, традициями, что индивидуализирует собственный стиль, идентичность, наполняет смыслами, эмоциями, ценностями. В то же время группа отражает культурно-эстетические тренды полного цикла, когда неоднократно переосмысленное прошлое перерабатывается в очередной «новый» актуальный контекст с современными уникальными интерпретациями. Таким образом, медиадискурсивная специфика этой группы заключается в том, что она функционирует в качестве символического посредника между историко-культурными смыслами и современным медиапространством, тем самым обеспечивая трансляцию и адаптацию эстетических смыслов в актуальный медиаконтекст.

1.2. Ностальгическая модернизация кор-эстетик.

Группа ностальгической модернизации демонстрирует культурно-эстетическое явление, ориентированное на воспроизведение и переосмысление атрибутики недавнего прошлого – преимущественно XX – начала XXI века. В основу данных направлений положена ретроспектива образов, символов и медиаконтента, связанных с масскультурой последнего столетия, что сопровождается выраженной эмоциональной привязанностью и ностальгическими переживаниями. В эту группу входят кор-эстетики разных географических пространств, заимствованные не только русскоязычным сообществом: «*анимекор*» (эстетика раннего аниме и медиа 2000-х годов), «*грандмакор*» / «*бабушка-кор*», «*грандпакор*» (ретро-стили гардероба бабушек и дедушек), «*барбикор*» (образ куклы Барби, 1959 г., США), «*вампкор*» (стиль вамп начала XX века), «*дискокор*» (стилистика дискотеки 1970-х годов), «*дачакор*» (культура советских садов и дач, начиная с 1960-х гг.), «*коттеджкор*» (модная эстетика; стиль загородной жизни, основанный на романтизации

сельской жизни [3, с. 395]), «**кидкор**» (ностальгия детских тем 1990-х годов), **ромкомкор**» (эстетика романтических комедий 2000-х гг.).

Кросс-социальная релевантность позволяет охватывать потенциально любую аудиторию, ностальгирующую по временам (например, детским) своего недавнего прошлого. Визуальная концепция формируется посредством узнаваемых элементов масскультуры и повседневной жизни, музыкального оформления, поведенческих паттернов. Эмоциональная постмодернистская доминанта определяется ностальгией, теплотой, игривостью, романтизацией. Значимость ностальгической модернизации заключается в процессах обеспечения преемственности (исторической, культурной, идентификационной и т. п.), адаптации к глобальным технологическим изменениям. Медиадискурсивная специфика группы определяется способностью кор-эстетик функционировать в качестве инструмента моделирования медиапамяти [1], обеспечивая переосмысление культурных феноменов недавнего прошлого в контексте современного медиапространства и интегрируя личностные и культурные воспоминания в актуальные формы самовыражения и коммуникации.

1.3. Кор-эстетики субкультур недавнего прошлого.

В настоящее время в медиадискурсе активно функционирует культурно-эстетический феномен, связанный с репрезентацией различных субкультурных идентичностей с характерными контркультурными стилем, музыкой, медиаповедением [6], визуальными образами. Эти направления основаны на протестных ценностях и мировоззрении контркультурных движений недавнего прошлого с обилием символов и смыслов. В данную группу входят кор-эстетики, зародившиеся в разных географических и исторических контекстах: «**готкор**» (готическая субкультура 1980–1990-х гг.), «**гранжкор**» (стиль гранж 1990-х гг.), «**панккор**» (панк-стиль 1970-х гг.), «**дарккор**» (стиль дарк-академия 2010-х гг.; готический стиль).

Универсальная социальная референция указанных эстетик обеспечивает охват субкультурной аудитории, доминантами которой являются протестность, свобода самовыражения, эстетического выбора, индивидуализм, поиск идентичности, стремление к альтернативным формам коммуникации. Визуализация складывается из характерных элементов одежды, аксессуаров, макияжа, причесок, музыкального сопровождения, специфических поведенческих паттернов, легко узнаваемых и символичных в соответствующем медиапространстве. Эмоциональная доминанта наполняется бунтарством, романтизацией альтернативного образа жизни, гипертрофированного индивидуализма и стремления к самоидентификации. Медиадискурсивная значимость субкультурных эстетик заключается в поддержании культурного разнообразия, создании площадок для альтернативного творчества и формировании критического взгляда на социальные нормы. Медиадискурсивная специфика группы обусловливается возможностью кор-эстетик коммуницировать в медиапространстве, моделировать медиапамять, актуализируя субкультурные феномены недавнего прошлого. Таким образом, кор-эстетики исторической рефлексии моделируют различные идентичности, предлагают аудитории различные способы связи с историей, культурой, альтернативными формами самовыражения. Функционирование кор-эстетик в медиапространстве обеспечивает переосмысление и актуализацию как исторических, так и субкультурных феноменов, формируя медиапамять и медиаповедение. Несмотря на специфичность каждой из эстетик, демонстрируется универсальная социальная референция, доминантами которой становятся ностальгия, романтизированный протест против агрессивности современных трендов.

2. Современные кор-эстетики как отражение социотемпоральных процессов.

Эстетики данной группы отражают текущие социальные, культурные, технологические тренды современного мира, демонстрируют разнообразие форм самовыражения, связанных с глобализацией, урбанизацией, активным образом жизни, развитием цифровых технологий. Группа демонстрирует адаптацию и осмысление современности посредством разнообразных культурно-эстетических форм, характеризующихся специфичной

времяльностью. Модные направления как визуально-вербальные коды репрезентируют различные жизненные стили, ценности, установки, благодаря чему формируется сложный специфичный медиасимволизм.

2.1. Городские повседневные кор-эстетики.

В эту подгруппу входят кор-эстетики, отражающие современные реалии городской жизни, масскультуру, профессиональные и бытовые практики с подчеркнутым прагматизмом: «*американкор*» (американский стиль, паттерны повседневности и массовой культуры), «*бизнес-кор* / «*оффискор*» / «*корпкор*» (деловой, офисный стиль, формирующий профессиональные идентичности), «*горпкор*» (технологичность, комфорт, стиль городских жителей), «*копенкор*» (датская эстетика, комфорт, свобода, уют, скандинавский минимализм), «*лайбарианкор*» / «*библиокор*» (сдержанность, аккуратность, точность), «*урб-банкор*» (городская жизнь, урбанизация, динамика мегаполиса), «*кэмпкор*» (изысканность, гротеск, избыточная практичность), «*нормкор*» (отсутствие ярко выраженного стиля как форма протеста и самовыражения), «*чиллкор*» (расслабление). Как отмечает Л. В. Чеснокова, «исчезает четкая дифференциация формального “публичного” костюма и неформальной “приватной” одежды: один и тот же наряд мы можем надеть в разных ситуациях» [9, с. 85].

2.2. Спортивные кор-эстетики.

В спортивную группу объединены эстетики, связанные с активным образом жизни, спортом, с семантикой комфорта и элитарности: «*спорткор*» (гламур, удобство, стиль), «*теннискор*» (элегантность, аксессуары, изящество), «*гольфкор*» (классика, престиж, аккуратность), «*регбикор*» (динамичность, мужественность, сила), «*футболкор*» (команда, драйв, энергия).

2.3. Фантастические, мистические и игровые кор-эстетики.

В эту категорию входят стили, подчеркивающие уход от повседневной реальности в мир фантазий, мистики, природных и цифровых мифологем: «*артикор*» (творческие экспериментальные элементы), «*вимчкор*» (стиль ведьмы, мрачный романтизм в современных интерпретациях), «*геймеркор*» (компьютерные игры, программное обеспечение, цифровая культура), «*гоблинкор*» (фольклор о гоблинах, игровой стиль), «*вирдкор*» (образы сновидений, мечтаний), «*мермейдкор*» / «*русалкор*» (тематические образы русалок, океана, фантастическое вдохновение), «*клоункор*» (клоунский, шутовской стиль, игра с образами и юмором).

2.4. Гендерные кор-эстетики.

Эстетики, связанные с выражением гендерных ролей, формируют особые культурные и визуальные коды, отражающие разнообразие женственности, включая различные грани эпатажности, игривости, чувственности, утонченности, нежности. При этом они часто переосмысливают и играют с традиционными гендерными стереотипами и символами. В эту группу входят следующие направления: «*бимбокор*» (гиперженственная эстетика, стереотип «блондинки», игра с гендерными образами), «*мамакор*» (эстетика молодых мам, материнство как стиль жизни), «*кокеткор*» (воздушность, нежность, кошачий взгляд и изящество форм), «*кьюткор*» (игривость, уют, очарование, визуальная мягкость и милота), «*мобвойфкор*» (образ женщины криминального авторитета, сочетающий силу, харизму и стиль), «*дадкор*» (женский стиль, образ «папочки»).

Таким образом, группа современных кор-эстетик демонстрирует разнообразие жизненных стратегий, субкультур, высокий медиадискурсивный потенциал. Визуальный имидж характеризуется интеграцией элементов комфорта, технологичности, иронии, сочетанием исторических аллюзий и инноваций. Эмоциональный тон варьируется от сарказма и самоиронии до романтических и спортивно-интенсивных коннотаций. В целом группа отражает динамичный современный социокультурный процесс, характеризующийся технологичностью и повсеместной геймификацией. Медиадискурсивная специфика группы

проявляется в активном использовании цифровых платформ и социальных медиа для формирования, адаптации, транслирования визуально-вербальных кодов с учетом контекста сетевого взаимодействия, что обеспечивает глубину смыслов и гибкость, вариативность их интерпретаций. Непрерывная медиаrefлексия аудитории стимулирует динамику модных трендов.

3. Футуристические кор-эстетики.

Эстетики, связанные с будущим и футуристической фантастикой, – специфичные культурно-эстетические направления, апеллирующие к образам будущего (воображаемым мирам), технологиям (цифровым виртуальным мирам). Визуально-вербальные коды репрезентируют элементы научной фантастики, авангардных идей и фантастических существ. Таким образом создается уникальный медиасимволизм, отражающий ожидания, страхи, мечты о будущем.

В эту группу входят эстетики, связанные с технологическим будущим и футуристическими концепциями: «*антиутопиякор*» (стилизация под научно-фантастические антиутопии, мрачные и критические образы постапокалиптического будущего), «*киберкор*» (эстетика киберпанка и цифровых технологий, акцент на высокотехнологичное будущее и виртуальные пространства), «*футуркор*» (авангардные, прогрессивные идеи, футуристический дизайн, инновационные стилистические решения), а также эстетики, использующие образы мистико-фантастических явлений, существ: «*зомбикор*» (постапокалиптический стиль с акцентом на зомби и выживание), «*космокор*» (космическая тематика, Вселенная, инопланетные цивилизации, футуристические мотивы путешествий в космосе). Эмоциональная доминантность футуристических эстетик представлена сложным амбивалентным спектром чувств – от тревоги, страха перед неопределенностью, деструктивностью до вдохновения, восхищения перед возможностями технологий и неизведанных миров. В конструировании медиапространств для альтернативных нарративов активно используется символический потенциал данных эстетик, функционирующих в качестве своеобразных медиаторов между научно-фантастическими мифологиями и моделями восприятия участников масскультуры.

Выводы. Таким образом, кор-эстетики как ключевые визуально-вербальные коды современного медиадискурса моды характеризуются семантикой темпоральности – отношением к прошлому, настоящему и будущему. Систематизация выявленных кор-эстетик позволяет выявить механизмы моделирования социокультурных трендов. В первую очередь, выделяются кор-эстетики исторической рефлексии, функционирующие как медиаторы прошлого, формируя ностальгические и романтические настроения, и демонстрирующие процессы переосмыслиения прошлого в современном медиапространстве. Вторая группа – современные кор-эстетики – охватывает широкий спектр стилей, связанных с городской жизнью, спортом, фантазиями, мистикой, а также гендерными ролями. Эти эстетики характеризуются прагматизмом, технологичностью, иронией и активным использованием цифровых платформ, демонстрируя адаптацию к современности. Наконец, футуристические кор-эстетики апеллируют к представлениям о будущем, технологиях, фантастических мирах, выражая амбивалентные чувства и формируя альтернативные нарративы. Итак, семантика темпоральности кор-эстетик является фундаментальным аспектом их функционирования в медиадискурсе, что обеспечивает моделирование медиапамяти, трансляцию эмоциональных доминант, формирование индивидуальных и коллективных установок.

ЛИТЕРАТУРА

1. Артамонов Д. С. Медиапамять: теоретический аспект // Galactica Media: Journal of Media Studies. – 2022. – № 2. – С. 66–83. – DOI 10.46539/gmd.v4i2.269.
2. Васильева Н. В. Контексты неопределенности при восприятии собственных имен // Когнитивные исследования языка. – 2021. – № 1(44). – С. 110–117.

3. Голикова Т. А. Лингвокультурологический словарь заимствований современного русского языка (2000–2024 гг.) : в 2 ч. Ч. 1. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Директ-Медиа, 2024. – 516 с. – DOI 10.23681/709988.
4. Гофман А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. – М. : Наука, 1994. – 160 с.
5. Долгова Т. В., Охотникова Е. П. Английский термин *normcore*: трансформация в моде и проблемы перевода // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. – 2024. – № 1(42). – 70–73.
6. Жилавская И. В. Медиаповедение личности. Обретение смысла [Электронный ресурс] // Медиаскоп. – 2011. – № 2. – URL : <http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/167> (дата обращения: 01.09.2025).
7. Скворцова Е. Е., Язынин А. Р. Лексико-семантическое поле «мода» как вербальное языковое отражение концепта «мода» в современном французском языке (на примере интернет-каталогов одежды) // НАУ. – 2015. – № 2–7(7). – С. 88–91.
8. Скворцова Е. Е. Способы пополнения лексико-семантического поля «Мода» во французском и английском языках как отражение развития вербального вестиментарного кода: на материале лексики интернет-магазинов одежды : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20. – М., 2015. – 209 с.
9. Чеснокова Л. В. Одежда как «вторая кожа»: вестиментарные практики приватности // Вестник Омского университета. – 2022. – Т. 27, № 3. – С. 79–86. – DOI 10.24147/1812-3996.2022.27(3).
10. Kamneva A. On the “-Core” Mechanisms of Street Fashion // ZoneModa Journal. – 2020. – Vol. 10, n. 1S. – P. 133–145. – DOI 10.6092/issn.2611-0563/10561.

Статья поступила в редакцию 07.09.2025

REFERENCES

1. Artamonov D. S. Mediapamyat': teoreticheskij aspekt // Galactica Media: Journal of Media Studies. – 2022. – № 2. – С. 66–83. – DOI 10.46539/gmd.v4i2.269.
2. Vasil'eva N. V. Konteksty neopredelennosti pri vospriyatiu sobstvennyh imen // Kognitivnye issledovaniya yazyka. – 2021. – № 1(44). – С. 110–117.
3. Golikova T. A. Lingvokulturologicheskij slovar' zaimstvovanij sovremennoj russkogo yazyka (2000–2024 gg.) : v 2 ch. Ch. 1. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Direkt-Media, 2024. – 516 с. – DOI 10.23681/709988.
4. Gofman A. B. Moda i lyudi. Novaya teoriya mody i modnogo povedeniya. – М. : Nauka, 1994. – 160 с.
5. Dolgova T. V., Ohotnikova E. P. Anglijskij termin *normcore*: transformaciya v mode i problemy perevoda // Vestnik Omskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Gumanitarnye issledovaniya. – 2024. – № 1(42). – 70–73.
6. Zhilavskaya I. V. Mediapovedenie lichnosti. Obretenie smysla [Elektronnyj resurs] // Mediaskop. – 2011. – № 2. – URL : <http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/167> (data obrashcheniya: 01.09.2025).
7. Skvorcova E. E., Yazyinin A. R. Leksiko-semanticcheskoe pole «moda» kak verbal'noe yazykovoe otrazhenie koncepta «moda» v sovremennom francuzskom yazyke (na primere internet-katalogov odezhdy) // NAU. – 2015. – № 2–7(7). – С. 88–91.
8. Skvorcova E. E. Sposoby popolneniya leksiko-semanticeskogo polya «Moda» vo francuzskom i anglijskom yazykah kak otrazhenie razvitiya verbal'nogo vestimentarnogo koda: na materiale leksiki internet-magazinov odezhdy : dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.20. – М., 2015. – 209 s.
9. Chesnokova L. V. Odezhda kak «vtoraya kozha»: vestimentarne praktiki privatnosti // Vestnik Omskogo universiteta. – 2022. – Т. 27, № 3. – С. 79–86. – DOI 10.24147/1812-3996.2022.27(3).
10. Kamneva A. On the “-Core” Mechanisms of Street Fashion // ZoneModa Journal. – 2020. – Vol. 10, n. 1S. – P. 133–145. – DOI 10.6092/issn.2611-0563/10561.

The article was contributed on September 7, 2025

Сведения об авторе

Голикова Татьяна Александровна – доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка и издательского дела Российской нового университета, г. Москва, Россия, <https://orcid.org/0009-0005-5633-6544>, tat-golikova@yandex.ru

Author Information

Golikova, Tatyana Aleksandrovna – Doctor of Philology, Professor of the Department of Russian Language and Publishing, Russian New University, Moscow, Russia, <https://orcid.org/0009-0005-5633-6544>, tat-golikova@yandex.ru