

УДК 811.111

ББК 81.432.1

DOI 10.51955/2312-1327_2025_3_195

ЦЕННОСТНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ КОНЦЕПТА SUSTAINABLE FASHION И ЕГО ОБЪЕКТИВАЦИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

*Татьяна Ивановна Семенова,
orcid.org/0000-0002-8929-699X,
доктор филологических наук, профессор
Иркутский государственный университет,
ул. Карла Маркса, д. 1
Иркутск, 664003, Россия
tisemenova54@mail.ru*

*Анастасия Павловна Налобина,
orcid.org/0009-0002-3396-8723,
аспирант
Иркутский государственный университет,
ул. Карла Маркса, д. 1
Иркутск, 664003, Россия
i-nasy@yandex.ru*

Аннотация. В статье обсуждается структура и содержание ценностного компонента социокультурного концепта SUSTAINABLE FASHION и его оценочная актуализация в англоязычном медиадискурсе. В основу изучения лингвистического отражения ценностных параметров концепта SUSTAINABLE FASHION положена типология оценочных значений. Систематизация общеоценочных и частнооценочных высказываний, объективирующих аксиологически маркированные признаки исследуемого концепта, позволила выявить гедонистические, утилитарные, эстетические, этические, экологические, социальные ценности концепта SUSTAINABLE FASHION. Результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что ценностное измерение концепта SUSTAINABLE FASHION, заложенное в семантике соответствующих оценочных высказываний, содержит ценностные ориентиры, направленные на поддержание жизнеспособности экосистемы и на формирование осознанного потребительского поведения.

Ключевые слова: концепт SUSTAINABLE FASHION, ценности, оценка, оценочное высказывание, лингвоаксиологический анализ, медиадискурс.

VALUE DIMENSIONS OF THE CONCEPT SUSTAINABLE FASHION AND THEIR REPRESENTATION IN ENGLISH MEDIA DISCOURSE

*Tatiana I. Semenova,
orcid.org/0000-0002-8929-699X,
Doctor of Sciences (Philology), Professor
Irkutsk State University,
1, Karl Marx Street
Irkutsk, 664003, Russia
tisemenova54@mail.ru*

Anastasia P. Nalobina,
orcid.org/0009-0002-3396-8723,
Postgraduate student
Irkutsk State University,
1, Karl Marx Street
Irkutsk, 664003, Russia
i-nasy@yandex.ru

Abstract. The paper discusses value dimensions of the linguocultural regulative concept SUSTAINABLE FASHION. The research objective of the paper is to explore the cognitive basis of the evaluative aspect of the concept under consideration. The study of the value potential of the concept SUSTAINABLE FASHION is viewed from the theoretical perspective of axiological linguistics. Of particular concern in the study is the linguoaxiological analysis of the evaluative language units verbalizing aesthetic value, environmental and ethical value, social value, hedonistic value of the concept SUSTAINABLE FASHION in English media discourse. The results obtained suggest that these value dimensions ensure a more responsible approach to fashion, shaping ethical and conscious consumption behavior.

Kew words: concept SUSTAINABLE FASHION, values, evaluation, evaluative statement, linguoaxiological analysis, media discourse.

Введение (Introduction)

Включенность настоящего исследования в проблематику научных изысканий в сфере аксиологических характеристик лингвокультурных концептов обуславливает *актуальность* настоящей работы. Статья *нацелена* на выявление аксиологически маркированных языковых единиц, объективирующих ценностное измерение концепта SUSTAINABLE FASHION. *Новизна* исследования обусловлена введением в исследовательский фокус языковой репрезентации ценностных параметров концепта SUSTAINABLE FASHION, актуализирующих социально-осознанное отношение к моде. До настоящего времени ценностный потенциал концепта SUSTAINABLE FASHION не был предметом лингвоаксиологического исследования.

Материалы и методы (Materials and methods)

Эмпирическим материалом исследования языковой актуализации ценностных аспектов концепта SUSTAINABLE FASHION послужили медиатексты с тематической доминантой *fashion* в электронных версиях газет The New York Times, The Guardian, The Independent. Для достижения поставленной цели были использованы методы концептуально-дефиниционного анализа, когнитивно-дискурсивного анализа, методы интерпретации, интроспекции, лингвоаксиологического анализа.

Дискуссия (Discussion)

Современный взгляд на мир глубоко антропоцентричен, это значит, что в языке находит отражение вся область когнитивного взаимодействия человека с миром, в том числе и ценностное осмысление познаваемого человеком мира, именно в ценностном отношении к миру «состоит специфика человека» [Маслова, 2011, с. 383]. Мир человеческой деятельности как индивидуальной, так и коллективной, насквозь пронизан ценностями [Ивин, 2006, с. 58].

Н. Ф. Алефиренко определяет ценности как культурно значимые отношения человека к окружающему миру, которые служат ему в качестве ценностных ориентиров¹. Для современной аксиологии интерес представляет динамика социальной ценностной парадигмы, трансформации в системе ценностей, культивирование новых ценностей и их воплощение в аксиологических концептах. Методика изучения ценностных доминант в языке базируется на понятии «концепт» [Карасик, 2024а, с. 186]. Ценностная составляющая, отражающая значимость концепта как для индивидуального сознания, так и для коллективного менталитета, признается центральной характеристикой лингвокультурного концепта [Карасик, 2002, с. 10]. Ценностное содержание концепта раскрывается в виде ориентиров поведения, заложенных в семантике соответствующего смыслового образования [Карасик, 2024б, с. 9].

Феномен моды принадлежит к ценностным формам проявления эстетических отношений культуры. Мода как социокультурный динамичный феномен воплощает ценностные установки, ценностные ориентации, ценностные доминанты, которые подвергаются переосмыслению, трансформации в зависимости от ряда социальных, политических, экономических факторов [Гофман, 2004; Дроздова и др., 2017]. Дискурс моды как транслятор информации о ценностных доминантах социума отличается ярко выраженным аксиологическим характером и периодически меняющейся аксиосферой [Гапутина, 2019, с. 8]. А. Б. Гофман структурирует теоретическую модель моды, в которой выделяет доминирующие ценностные характеристики, включающие современность, универсальность, демонстративность и игру [Гофман, 2004]. В лингвоконцептуальных и лингводискурсивных исследованиях феномена моды выделяют ключевые концепты, воплощающие ценности моды [Аракелова, 2017; Болотова, 2017; Чурсина, 2010; Ягафарова, 2014]. В дискурсивном конструировании образа будущего в сфере моды выявляются аксиологические параметры: яркость, инновационность и креативность [Кламер, 2024].

В современных дискурсивных практиках в центр аксиологической рефлексии выдвигается осознание деструктивного антропогенного воздействия на окружающую среду, расточительное отношение к ресурсам, и всё чаще через призму проблем экологических угроз и рисков осмыслению подвергается ценностный конфликт между модой и экологией [Биното и др., 2019; Ильин, 2017; Сапожникова, 2021]. Оценочная категоризация негативного воздействия моды на окружающую среду находит отражение в пропозициональном содержании медиатекстов, в которых мода получает интерпретацию как один из крупнейших источников загрязнения и деградации планетарной экосистемы, ср.: *Fashion is a hugely polluting industry, it is a top global polluter* [The Guardian view on fast fashion..., 2020]; *The fashion industry is one of the main contributors to the world's largest pollution* [Helbig, 2018]. Перепроизводство и сверхпотребление в индустрии моды приводит к тому, что почти пятая часть производимой одежды масс-маркета оказывается на текстильных свалках или сжигается [Биното и др.,

¹ Алефиренко Н. Ф. Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка: учеб. пособие. 3-е изд. М.: Флинта: Наука, 2013. 288 с.

2019; Niinimäki, 2015]. Расточительное потребление формирует общество / культуру одноразового потребления, о чем свидетельствуют оценочные номинации *throwaway society, throwaway culture, disposable society, disposable culture, liquid culture, waste culture*.

Проблема негативного воздействия моды на окружающую среду задаёт вектор нового социально-осознанного подхода к индустрии моды, который находит языковую репрезентацию в содержании концепта SUSTAINABLE FASHION. Ценностное содержание данного концепта проявляется в виде ориентиров поведения на снижение негативного воздействия на экосистему, объективируемых на пропозициональном уровне, ср.: *Sustainable fashion refers to the concept of creating fashion items in a way that **reduces the environmental impact** and promotes social responsibility throughout the entire production process* [What is sustainable fashion..., 2023]. Вектор на экологизацию свидетельствует о том, что устойчивая мода «стремится стать одним из доминирующих ресурсов, транслирующих ценности нового общества» [Сапожникова, 2021, с. 229]. В зарубежных междисциплинарных исследованиях феномена *sustainable fashion* постулируется значимость изучения ценностных основ этого социально-культурного явления – “*It is worthwhile to investigate **the value base** in sustainable fashion*” [Niinimäki, 2015, p. 11].

Изучение аксиологического аспекта концепта SUSTAINABLE FASHION позволит глубже понять транслируемые в социум ценностные ориентации, направленные на трансформацию принципов потребления. Вербальное воплощение ценностей связано с процессом оценивания как актом установления ценностного отношения через оценку, посредством которой формируется аксиологический компонент языковой семантики. В основу изучения лингвистического отражения ценностных параметров концепта SUSTAINABLE FASHION положена типология оценочных значений. В таксономии оценок выделяются общеоценочные значения и частнооценочные значения, различие между которыми заключается в объеме оценочных и дескриптивных компонентов в их структуре [Арутюнова, 1988; Арутюнова, 1999]. В анализируемом языковом материале общеоценочные значения реализуются прилагательными *good, bad* и их синонимами с разными стилистическими и экспрессивными оттенками (*great, beneficial, marvelous, cool, crusty*). Прилагательные общей оценки выражают «холистическую оценку, аксиологический итог» [Арутюнова, 1999, с. 198]. Общая оценка присуждается по совокупности признаков, замещая определенный спектр частнооценочных признаков, составляющих стереотипное представление об объекте. Так, например, в оценочных высказываниях *Secondhand fashion is **great** for people’s pockets and the planet* [Quach, 2021]; *Sustainable fashion is **beneficial** for the environment, society, and the economy* [Sustainable Fashion..., 2024], подразумевается совокупность аксиологически релевантных признаков: *сокращение негативного воздействия индустрии моды на окружающую среду, повышение социальной ответственности, поощрение более осознанного потребления*. Информативная недостаточность оценочных предикатов компенсируется при помощи дескриптивного развертывания оценки, ср.:

*Sustainable fashion is **better** than fast fashion because it **reduces environmental impact** and promotes ethical practices* [Sharma, 2024]. Функцию основания оценки выполняет вводимое союзом *because* придаточное предложение, аргументирующее позитивную оценку устойчивой моды.

В дискурсе устойчивой моды общеоценочное значение вербализуется оценочным предикатом *cool*, ср.: *'Repair is the new **cool**': how Amsterdam started a fashion revolution* [Beddington, 2023]; *Upcycling is **cool** not **crusty*** [Mac Donnell, 2025]. Прилагательные *cool*, *crusty* реализуют оценочные сленговые значения, имеющие отношение к моде, ср.: *cool – great, excellent, wonderful, stylish, fashionable* [OED, s.a.]; *crusty – a style of dress and appearance that is intentionally messy, with a focus on functionality* [MEDAL, 2007].

Типология частнооценочных значений включает сенсорные (психологические, интеллектуальные, вкусовые) оценки; сублимированные оценки (эстетические и этические); рационалистические (утилитарные, нормативные, телеологические) оценки [Арутюнова, 1999, с. 198]. В семантику частнооценочных предикатов входит дескриптивный компонент, указывающий на то или иное свойство объекта, которое получает оценку. Как явствует из языкового материала, частная оценка признаков концепта SUSTAINABLE FASHION соответствует сразу нескольким принципам ценностной параметризации: морально-этическому, эстетическому, гедонистическому.

Гедонистическую область бытования ценности, которая касается сферы ощущений, определяемых в терминах «приятное – отвратительное», формируют сенсорные оценки, которые не имеют основания и, как подчеркивает Н. Д. Арутюнова, обычно не мотивируются в силу того, что они исходят «из того ощущения, которое, независимо от воли и самоконтроля, испытывает человек» [Арутюнова, 1999, с. 199]. В дискурсе устойчивой моды человек аксиологически маркирует свойства предметов моды и порождаемые ими сенсорные впечатления. Сенсорные оценки ориентируют человека в природной и социальной среде, способствуя, в частности, достижению комфортности. Оценочная характеристика ощущений в дискурсе устойчивой моды вербализуется словом *comfort* и его производными *comfortable*, *comfortably*, в значении которых заложены дескриптивные и оценочные признаки «удобство», «свобода движений», «приятный для пользования», ср.: *comfortable – (especially of clothes or furnishings) providing physical ease and relaxation* [OLD, s.a.]. Оценочные номинации *soft*, *breathable*, *silky soft* вербализуют приятные тактильные ощущения от изделий из экологических тканей, идеально подходящих для чувствительной кожи, ср.: *The materials used in sustainable fashion have changed radically: organic cotton: **soft, breathable** and **perfect** for **sensitive** skin* [Rohan, 2023]; *Tencel™: A wood-derived fiber that is **silky soft** and **extremely comfortable*** [What is Tencel?..., 2023]. Производная номинация *breathable* концептуализирует свойство ткани быть воздухопроводимой, что обеспечивает комфорт при носке, ср.: *fabric that **allows air to pass through it easily**, so that clothing made from it does not become **too warm or uncomfortable*** [CLD, 2001].

Область выведения ценностей, связанная с практической пользой, выражается оценочными высказываниями утилитарной оценки. Утилитарная оценка «основана на выборе того, что может быть полезным или может благоприятствовать выполнению некоторой задачи» [Арутюнова, 1988, с. 68]. Утилитарные оценки устанавливают цели и указывают средства их достижения [Ивин, 2006, с. 15]. В высказываниях утилитарной оценки, как отмечает Н. Д. Арутюнова, оценочное слово «стремится приобрести реляционное значение, установив отношение между средством и целью» [Арутюнова, 1988, с. 70]. Данный вид оценки связан со значением полезности и возможности использования объекта в каких-либо целях. Позитивно ценной является такая ситуация, «какой она *должна быть* в соответствии с существующим в данном обществе образцом или стандартом» [Ивин, 2006, с. 8]. В дискурсе устойчивой моды объектами утилитарной оценки являются материалы, сырье, предметы индустрии моды, снижающие пагубное воздействие на окружающую среду. Средством репрезентации утилитарной оценки выступают производные прилагательные с суффиксом *-able* (*sustainable, mendable, repairable, biodegradable, compostable, durable, recyclable, traceable, wearable, upgradeable*). Прототипическое значение суффикса *-able* дефинируется как *'able to be verbed'* – ‘пригодный для осуществления действия, обозначенного производящей основой’ [Lee, 2004]. Номинируемые вышеназванными прилагательными свойства, признаки, обусловленные внутренними качествами объекта, оказываются полезными в решении задачи по сокращению негативного воздействия используемых в индустрии моды сырья и материалов, то есть они становятся аксиологически маркированными. Утилитарная оценка как вид рационалистической оценки имеет объективные основания, ср.: *The idea behind sustainable materials is that they are less damaging to the environment* [Gould, 2015] – используемые материалы отвечают критерию утилитарной оценки, поскольку они приносят меньший вред экосистеме, а ремонт одежды позволяет сократить текстильные отходы, ср.: *Most clothing problems are easily mendable: missing buttons and loose stitching, for example* [Helbig, 2018]. Использование биоразлагаемого сырья нацелено на снижение уровня загрязнения окружающей среды, ср.: *Biodegradable fabrics naturally decompose when discarded, they are environmentally friendly – they reduce pollution levels* [Preston, 2025]. Позитивную утилитарную ценность вербализует прилагательное *durable*, объективирующее долговечность, износостойкость материалов, ср.: *Durable clothing reduces the need for frequent replacements, helping to decrease textile waste* [Durable Clothing..., 2025].

Аксиологически нагруженное дискурсивное медиaprостранство актуализирует эстетическую оценку объектов устойчивой моды. Эстетическая оценка связана «с удовлетворением чувства прекрасного» [Арутюнова, 1999, с. 199]. Как способ установления эстетической ценности объекта, эстетическая оценка выражается посредством лексических единиц, вербализующих критерии красоты, гармонии и стиля, что свойственно эстетическому восприятию объектов. В англоязычной аксиосфере дискурса моды Л. Р. Аракелова выделяет

архетипический концепт BEAUTY, который входит в ценностную концептосферу дискурса моды [Аракелова, 2017].

В систему эстетических ценностей входит и концепт SUSTAINABLE FASHION. Эстетика устойчивой моды претерпевает трансформацию в соответствии с новой идеологией потребления, вектор которой направлен на экологизацию, на сохранение потребительской ценности предметов моды, не уменьшая при этом значимости традиционных представлений о красоте и стиле, эстетической привлекательности предметов моды. Вопрос об эстетической основе устойчивой моды и ее критериев, параметров, освещается в социологических и маркетинговых исследованиях [Folkmann, 2015; Zafarmand et al., 2003]. Эстетическая ценность предметов устойчивой моды в профессиональном дискурсе определяется как совокупность аксиологически маркированных параметров, связанных как со сферой моды, так и с осознанным отношением к экосистеме, ср.: *Sustainable clothing can have significant **aesthetic value** by offering a **unique and desirable style** that aligns with **environmental and ethical** values. It can be achieved through **timeless designs**, **high-quality** materials, and a **focus on durability and versatility**, creating a **personal style** that is both **fashionable and environmentally conscious*** [Zafarmand et al, 2003].

Ценностное осмысление получает параметр '*aesthetic durability*' – 'эстетическая долговечность' / 'долгосрочность', это значит, что эстетическим идеалом становятся неподвластные времени элегантность и стиль, ср.: *We believe this collection of 7 most **elegant and timeless dresses** can help you find the dress that will match your taste and **style*** [7 Timeless Elegant Dresses..., 2024]; ***Timeless elegance** back in style as Fendi launches Milan fashion week* [Cartner-Morley, 2023]. В рамках Недели моды в Милане в феврале 2023 года Джорджо Армани, признанный король моды с непреходящим стилем (*fashion's king of enduring style*) заявил, что *вечный шик* (*timeless chic*) снова вошел в моду, ср.: *The trend headline from Milan fashion week may be that **timeless chic is in** after Giorgio Armani closed proceedings on Sunday afternoon, reminding us that he **is fashion's king of enduring style*** [Conlon, 2023]. Джорджо Армани заверил, что «вневременность» как неотъемлемый элемент эстетического подхода и главная ценность бренда, «не изменится в ближайшее время»: *"Timelessness is an essential element of my aesthetic approach and a **core value** for my brand," the designer said. "And that is not **going to change any time soon**"* [Conlon, 2023]. Оценочные номинации *timeless dresses, timeless elegance, timeless chic, timeless style, timeless design* воплощают на языковом уровне эстетику устойчивой моды, ценностью которой является стиль, который не подвержен влиянию моды и сохраняет свою актуальность на протяжении долгого времени, ср.: *Clothes we want **to wear for ever and ever** might seem like the opposite of what fashion represents. But from where I'm standing, they look like **the last word in chic*** [Cartner-Morley, 2022]. Вневременная элегантность не диктует, а позволяет проявить свою индивидуальность, поскольку базируется на проверенных временем принципах стиля. В дихотомическом сопоставлении моде как феномену преходящему, быстротечному и поверхностному, противопоставляется стиль как воплощение устойчивости, самотождественности [Гофман, 2004, с. 147].

В формировании ценностной картины устойчивой моды значимыми являются этические ценности. Зарубежные исследователи трактуют устойчивую моду / *sustainable fashion* как «*wicked problem*», понимая под этим термином злободневную проблему, которая не имеет очевидного и простого решения, и привлечение этического измерения позволит увидеть проблему более холистично – *seeing problem areas more holistically and further to include the ethical dimension more tightly to discussion* [Niinimäki, 2015, p. 11]. Этическое измерение концепта SUSTAINABLE FASHION включает такие этически значимые ценности, как экологическую этику – *environmental ethics*, принципы этического потребления – *ethical consumption*, этические принципы социальной справедливости – *social justice and better working conditions*, отказ от жестокого обращения с животными – *animal ethics*. Положительная этическая оценка в общем случае требует ориентации на этическую норму, соблюдение нравственного кодекса, то есть большего или меньшего количества правил и заповедей» [Арутюнова, 1999, с. 199].

Вышеназванные этические ценности выражаются оценочными номинациями, в которых ключевой выдвигается задача по обеспечению достойных условий труда для работников, включая справедливую заработную плату, ср.: *An essential part of any ethical trade has to be to ensure that workers are being paid a living wage* [Siegle, 2010]; *Fair pricing is key to a living wage and brands must have the courage to change their profit model to combat poverty pay* [Gould, 2014]; *How to achieve fair wages in the fashion industry – we ask the experts* [Gould, 2014]. Этические принципы устойчивой моды представлены на уровне пропозиционального содержания, ср: *Eco-fashion is any brand or line that attempts to minimize the impact on the environment, and often the health of the consumers and the working conditions for the people that are making the clothes* [What is eco-fashion..., 2016]. В приведенном примере этические параметры устойчивой моды выражены оценочными пропозициями: *to minimize the impact on the environment, the health and the working condition* – минимизировать вредоносное воздействие на экологию, обеспечить достойные условия труда для работников производства.

Этическим принципом устойчивой моды является гуманное отношение к животным, объективируемое номинациями, в семантике которых заложена положительная оценочность, ср: *animal-friendly materials, animal protection, animal welfare, animal well being*. Отказ от тестирования продукции на животных на протяжении всего производственного процесса актуализируется номинациями с семантикой отрицания, ср.: *cruelty-free fashion, animal-free leather, wildlife-free options, cruelty-free brands, cruelty-free alternatives, wildlife-free alternatives*. В социокультурном контексте экологично-ориентированной моды признак ‘отсутствие’ в составе номинации получает позитивный оценочный знак и интерпретируется как этически маркированная ценность. С точки зрения аксиологии признак «является позитивно ценным, когда его отсутствие негативно ценно» [Ивин, 2006, с. 26]. Бренды, отказавшиеся от производства одежды из животных материалов и использующие материалы растительного или синтетического происхождения, позиционируют себя как

vegan fashion или *cruelty-free brands*. Так, например, экологичный бренд Stella McCartney позиционирует себя как «свободная от жестокости мода», ср.: *Stella McCartney has long been synonymous with cruelty-free fashion. McCartney's brand has never used leather, fur, feathers, or skins since its inception in 2001* [Vegetarian Leather..., 2017]. Таким образом, социокультурный концепт-регулятив SUSTAINABLE FASHION не только объективирует новое понимание моды как социально-ответственного явления, но и способствует трансформации ценностных эстетических, этических, социальных ориентиров поведения.

Заключение (Conclusion)

Итак, лингвоаксиологический анализ содержания ценностного компонента концепта SUSTAINABLE FASHION позволил выявить гедонистические, утилитарные, эстетические, этические, социальные ценности и их оценочную актуализацию в англоязычном медиадискурсе. Ценностные смыслы концепта SUSTAINABLE FASHION объективируются оценочными высказываниями, устанавливающими абсолютную или сравнительную ценность модных объектов, их свойств и характеристик сквозь призму сенсорных, сублимированных и рационалистических оценок. Аксиологически нагруженный англоязычный дискурс устойчивой моды транслирует комплекс ценностных установок, ценностных ориентиров, нацеленных на поддержание жизнеспособности экосистемы и на формирование осознанного потребительского поведения.

Библиографический список

- Аракелова А. Р. Лингво-аксиологические характеристики современного англоязычного дискурса моды: специальность 10.02.04 - германские языки: автореф. дис. ... канд. филол. / Амалия Робертовна Аракелова. Пятигорск, 2017. 25 с.
- Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М.: Наука, 1988. 341 с.
- Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с. EDN YLAWAR.
- Биното К. Поэтика мусора: современные практики моды в контексте неоправданной расточительности / К. Биното, Э. Пейн // Теория моды: тело, одежда, культура. 2019. № 53. С. 61-90. EDN YHNDON.
- Болотова Ю. С. Лингвопрагматический аспект дискурса моды: специальность 10.02.04 - германские языки: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Юлия Сергеевна Болотова. Москва, 2017. 23 с.
- Гапутина В. А. Проявления гибридности в современном русскоязычном медиадискурсе моды: специальность 10.02.00 - Языкознание: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Виолетта Александровна Гапутина. Волгоград, 2019. 19 с. EDN JYNUWP.
- Гофман А. Б. Мода и люди: новая теория моды и модного поведения. М.: Наука, 2004. 208 с.
- Дроздова А. В. Трансформация моды в современной медиакультуре / А. В. Дроздова, Т. Л. Трушина // Ярославский педагогический вестник. 2017. № 6. С. 366-370. EDN ZXYZZR.
- Ивин А. А. Аксиология: науч. изд. Москва: Высшая школа. 2006. 390 с.
- Ильин А. Н. Культура потребления и экология: проблемы взаимодействия // Альтернативы. 2017. №4. С. 156-167. EDN YXPHRR.
- Карасик В. И. Ценностная картина мира как объект аксиологической лингвистики // Языки, литературы и культуры народов России в современной академической науке. Сборник материалов Международной научно-практической конференции (Международного научного

- форума), посвященной 85-летию создания Института языка, литературы и искусства им. Г. Ибрагимова Академии наук Республики Татарстан. 2024а. С. 183-188. EDN QOPXEQ.
- Карасик В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Научное издательство ВГСПУ "Перемена", 2002. 477 с. EDN UGQAMP.
- Карасик В. И.* Языковые камертоны смысла. М.: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина. 2024б. 416 с. EDN EZOQLU.
- Кламер И. Е.* Концептуальные особенности конструирования образа будущего в англоязычном дискурсе моды // Актуальные проблемы лингвистики и литературоведения. Сборник материалов XI (XXV) Международной научно-практической конференции молодых учёных. 2024. Выпуск 25. С. 206-212. EDN DWWTSD.
- Маслова В. А.* Концепты и ценности: содержание понятий, языковая репрезентация // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского. Серия: филология. социальные коммуникации. 2011. Т. 24(63). № 2-3. С. 383-387. EDN UJIKNT.
- Сапожникова В. В.* Экологичность как функция моды в обществе цифровых трансформаций // Знание. Понимание. Умение. 2021. № 1. С. 226-237. DOI 10.17805/zpu.2021.1.17. EDN UVYYTK.
- Чурсина О. В.* Лингвокультурный концепт «мода» в языковом сознании и коммуникативном поведении: специальность 10.02.19 - Теория языка: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Ольга Владимировна Чурсина. Волгоград, 2010. 20 с. EDN QGVYON.
- Ягафарова Л. Т.* Вербализация концептосферы «мода» в современной отечественной массовой литературе: специальность 10.02.01 - Русский язык: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Лилия Талгатовна Ягафарова. Елец, 2014. 22 с. EDN ZPNMOP.
- CLD – Cambridge learner's dictionary. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. 816 p.
- Folkmann M.* Exploring the Aesthetics of Sustainable Fashion. 2015. Pp. 1–12.
- Lee D.* Cognitive Linguistics: An Introduction. Oxford: OUP, 2004. 223 p.
- MEDAL – Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. Macmillan Education, 2007. – 1776 p.
- Niinimäki K.* Ethical Foundations in Sustainable Fashion. Textiles and Clothing Sustainability, Springer Nature, 2015. Pp. 1-11.
- OED – Oxford English Dictionary [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.oed.com/?tl=true> (дата обращения: 20.07.2025).
- OLD – Oxford Learner's Dictionaries [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> (дата обращения: 24.07.2025).
- Zafarmand S. Ja.* Aesthetic and Sustainability: The Aesthetic Attributes Promoting Product Sustainability / S. Ja. Zafarmand, K. Sugiyama, M. Watanabe // The Journal of Sustainable Product Design. 2003. Vol. 3, № 3. P. 173-186. DOI 10.1007/s10970-005-6157-0. EDN JNPROW.

Список источников примеров

- Beddington E.* (2023). 'Repair is the new cool': how Amsterdam started a fashion revolution. Available at: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2023/oct/11/repair-is-the-new-cool-how-amsterdam-started-a-fashion-revolution> (accessed 25 July 2025).
- Cartner-Morley J.* (2022). Brands are moving from fast to 'forever fashion' – but are new clothes ever sustainable? Available at: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2022/feb/05/fast-forever-fashion-trend-new-clothes-sustainable> (accessed 25 June 2025).
- Cartner-Morley J.* (2023). Timeless elegance back in style as Fendi launches Milan fashion week. Available at: <https://www.theguardian.com/fashion/2023/sep/20/timeless-elegance-back-in-style-as-fendi-launches-milan-fashion-week> (accessed 10 June 2025).
- Conlon S.* (2023). Armani finery lauds 'timelessness' at Milan fashion week. Available at: <https://www.theguardian.com/fashion/2023/feb/26/armani-finery-lauds-timelessness-at-milan-fashion-week/> (accessed 10 July 2025).
- Durable Clothing (2025). Available at: <https://sustainability-directory.com/term/durable-clothing/> (accessed 25 July 2025).

Gould H. (2015). Sustainable material pioneers: what does the future hold? Available at: <https://www.theguardian.com/sustainable-business/sustainable-fashion-blog/2015/apr/01/sustainable-material-pioneers-what-does-the-future-hold> (accessed 10 July 2025).

Gould H. How to achieve fair wages in the fashion industry – we ask the experts (2014). Available at: <https://www.theguardian.com/sustainable-business/sustainable-fashion-blog/2014/nov/18/fair-wages-fashion-industry-expert-opinion> (accessed 10 March 2025).

Helbig K. (2018). Shop less, mend more: making more sustainable fashion choices. Available at: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2018/feb/10/shop-less-mend-more-making-more-sustainable-fashion-choices> (accessed 25 July 2025).

Mac Donnell Ch. (2025). Outfits of defiance: would you wear shoes made from rugs? Available at: <https://www.theguardian.com/fashion/2025/apr/24/fashion-statement-fashion-revolution-mending-clothes-upcycling> (accessed 25 June 2025).

Preston Sh. (2025). The Importance of Biodegradable Textiles as Eco-Friendly Fabric. Available at: <https://maake.com/blogs/news/biodegradable-textiles> (accessed 15 July 2025).

Quach G. (2021). Reselling, repairing and ‘swishing’: the rise of sustainable fashion apps. Available at: <https://www.theguardian.com/fashion/2021/jan/29/reselling-repairing-and-swishing-the-rise-of-sustainable-fashion-apps> (accessed 25 July 2025).

Rohan (2023). Revolutionary Cotton Fabric: Perfect Solution for Sensitive Skin. Available at: <https://knowingfabric.com/revolutionary-cotton-fabric-perfect-solution-for-sensitive-skin/> (accessed 12 July 2025).

Sharma R. (2024). Why Sustainable Fashion is Crucial for a Greener Future and Ethical Consumerism. Available at: <https://www.gofynd.com/thecloset/why-is-sustainable-fashion-important> (accessed 16 July 2025).

Siegle L. (2010). Britain’s appetite for fast fashion is pushing workers into starvation. Available at: <https://www.theguardian.com/world/2010/aug/08/fashion-sweatshops-lucy-siegle-comment> (accessed 10 June 2025).

Sustainable Fashion: The Future of Clothing You Can Feel Good About (2024). Available at: <https://www.nonasties.in/blogs/news/sustainable-fashion-the-future-of-clothing-you-can-feel-good-about> (accessed 10 July 2025).

The Guardian view on fast fashion: it can’t cost the earth (2020). Available at: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/mar/13/the-guardian-view-on-fast-fashion-it-cant-cost-the-earth> (accessed 15 June 2025).

Vegetarian Leather (2017). Available at <https://www.stellamccartney.com/us/en/sustainability/vegetarian-leather.html> (accessed 15 July 2025).

What is eco-fashion and how to be responsibly fashionable (2016). Available at: <https://www.naturespath.com/en-us/blog/what-is-eco-fashion-and-how-to-be-responsibly-fashionable/> (accessed 18 July 2025).

What is sustainable fashion: definition, examples and why it is now more important than ever (2023). Available at: <https://dresslemuse.com/blogs/blog/what-is-sustainable-fashion> (accessed 29 July 2025).

What is Tencel? Fabric Guide & Uses (2023). Available at: <https://homewithmilly.com/what-is-tencel/> (accessed 16 July 2025).

7 Timeless Elegant Dresses That Define Sophistication (2024). Available at: <https://www.insiderlyfe.com/fashion/timeless-elegant-dresses/> (accessed 25 July 2025).

References

- Arakelova A. R. (2017). *Linguo-Axiological Characteristics of Modern English-Language Fashion Discourse* (PhD diss. summary, specialty 10.02.04 – Germanic Languages). Pyatigorsk. 2017. 25 p. (In Russian)
- Arutyunova N. D. (1988). *Types of Linguistic Meanings: Evaluation, Event, Fact*. Moscow: Nauka. 341 p. (In Russian)

- Arutyunova N. D. (1999). *Language and the Human World*. Moscow: Languages of Russian Culture. 896 p. (In Russian)
- Binoto K., Payne E. (2019). The Poetics of Waste: Contemporary Fashion Practices in the Context of Unjustified Excess. *Theory of Fashion: Body, Clothing, Culture*. (53): 61-90. (In Russian)
- Bolotova Yu. S. (2017). Linguopragmatic Aspects of Fashion Discourse (PhD diss. summary, specialty 10.02.04 – Germanic Languages). Moscow. 2017. 23 p. (In Russian)
- Chursina O. V. (2010). The Linguocultural Concept of “Fashion” in Language Consciousness and Communicative Behavior (PhD diss. summary, specialty 10.02.19 – Theory of Language). Volgograd. 2010. 20 p. (In Russian)
- CLD – Cambridge Learner’s Dictionary. Cambridge: *Cambridge University Press*, 2001. 816 p.
- Drozdova A. V., Trushina T. L. (2017). Transformation of Fashion in Contemporary Media Culture. *Yaroslavl Pedagogical Bulletin*. (6): 366-370. (In Russian)
- Folkmann M. (2015). Exploring the Aesthetics of Sustainable Fashion. 2015. P. 1-12.
- Gaputina V. A. (2019). Manifestations of Hybridity in Modern Russian-Language Media Fashion Discourse (PhD diss. summary, specialty 10.02.00 – Russian Language). Volgograd. 2019. 19 p. (In Russian)
- Gofman A. B. (2004). *Fashion and People: A New Theory of Fashion and Fashion Behavior*. Moscow: Nauka, 2004. 208 p. (In Russian)
- Il’in A.N. (2017). Consumer Culture and Ecology: Problems of Interaction. *Alternatives*. (4): 156-167. (In Russian)
- Ivin A. A. (2006). *Axiology*. Moscow: Vysshaya Shkola, 2006. 390 p. (In Russian)
- Karasik V. I. (2002). *Language Circle: Personality, Concepts, Discourse*. Volgograd: *Peremena*, 2002. 477 p. (In Russian)
- Karasik V. I. (2024a). The Value Picture of the World as an Object of Axiological Linguistics. *Languages, Literatures and Cultures of the Peoples of Russia in Modern Academic Science: Proceedings of the International Scientific and Practical Conference (International Scientific Forum)*, dedicated to the 85th anniversary of the G. Ibrahimov Institute of Language, Literature and Art of the Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan. P. 183-188. (In Russian)
- Karasik V. I. (2024b). *Linguistic Tuning Forks of Meaning*. Moscow: A.S. Pushkin State Institute of Russian Language, 2024. 416 p. (In Russian)
- Klamer I. E. (2024). Conceptual Features of Constructing the Image of the Future in English-Language Fashion Discourse. *Actual Problems of Linguistics and Literary Studies: Proceedings of the XI (XXV) International Scientific and Practical Conference of Young Scientists*. 25: 206-212. (In Russian)
- Lee D. (2004). *Cognitive Linguistics: An Introduction*. Oxford: *Oxford University Press*, 2004. 223 p.
- Maslova V. A. (2011). Concepts and Values: Content of Notions, Linguistic Representation. *Scientific Notes of Tavrida National University V.I. Vernadskogo. Series: Philology. Social Communications*. 24-63(2-3): 383-387. (In Russian)
- MEDAL – Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. Macmillan Education, 2007. 1776 p.
- Niinimäki K. (2015). Ethical Foundations in Sustainable Fashion. *Textiles and Clothing Sustainability*. Springer Nature. P. 1-11.
- OED – Oxford English Dictionary. Available at: <https://www.oed.com/?tl=true> (accessed 20 July 2025).
- OLD – Oxford Learner’s Dictionaries (OLD). Available at: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> (accessed 24 July 2025).
- Sapozhnikova V. V. (2021). Eco-Friendliness as a Function of Fashion in the Society of Digital Transformations. *Knowledge. Understanding. Skill*. (1): 226-237. (In Russian)
- Yagafarova L. T. (2014). Verbalization of the Concept Sphere “Fashion” in Contemporary Domestic Mass Literature (PhD diss., specialty 10.02.01 – Russian Language). *Elets*. 2014. 22 p. (In Russian)
- Zafarmand S. Ja., Sugiyama K., Watanabe M. (2003). The Aesthetic Attributes Promoting Product Sustainability. *The Journal of Sustainable Product Design*. 3(3): 173-186.