**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ**

**Администрация Черноморского района Республики Крым**

**ОТДЕЛ ОБРАЗОВАНИЯ, МОЛОДЕЖИ И СПОРТА**

**МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ**

**«ЧЕРНОМОРСКАЯ СРЕДНЯЯ ШКОЛА №3»**

**МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ЧЕРНОМОРСКИЙ РАЙОН**

**РЕСПУБЛИКИ КРЫМ**

**МАЛАЯ АКАДЕМИЯ НАУК «ИСКАТЕЛЬ»**

Отделение: языкознание

Секция: английский язык

**Англицизмы в индустрии моды**

Работу выполнила

Титова София Аркадьевна

учащаяся 8 класса

муниципального бюджетного

общеобразовательного учреждения

"Черноморская средняя школа №3"

муниципального образования

Черноморский район

Республики Крым

Научный руководитель

Моисеева Мария Михайловна

учитель английского языка

муниципального бюджетного

общеобразовательного учреждения

"Черноморская средняя школа №3"

муниципального образования

Черноморский район

Республики Крым

пгт. Черноморское - 2019

СОДЕРЖАНИЕ

|  |  |
| --- | --- |
| ВВЕДЕНИЕ | 3 |
| РАЗДЕЛ I. "ОБОСНОВАНИЕ ПРОЦЕССА ЗАИМСТВОВАНИЯ "1.1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ «АНГЛИЦИЗМОВ» С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЛИНГВИСТОВ1.2. ПУТИ ПЕРЕХОДА СЛОВ ИЗ ОДНОГО ЯЗЫКА В ДРУГОЙ 1.3. КАТЕГОРИИ АНГЛИЦИЗМОВ | 5  5  7  10 |
| ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ I | 13 |
| РАЗДЕЛ II. ЛЕКСИЧЕСКИЕ СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ ПРОЯВЛЕНИЙ СИСТЕМНЫХ ОТНОШЕНИЙ В ЯЗЫКЕ И МОДЕ 2.1. ПРАКТИЧЕСКОЕ ИЗУЧЕНИЕ АНГЛИЦИЗМОВ НА ПРИМЕРАХ БРИТАНСКИХ БРЕНДОВ  2.2. ТЕНДЕНЦИИ ШКОЛЬНОЙ ФОРМЫ  2.3. АНГЛИЦИЗМЫ В СФЕРЕ МОДЫ НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЫ  2.4. ПРАКТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИЗУЧЕНИЯ ИНДУСТРИИ МОДЫ В АНГЛИЙСКИХ ПОСЛОВИЦАХ И ПОГОВОРКАХ | 14  14  16  17  20 |
| ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ II | 22 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 23 |
| СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ | 25 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ | 26 |

# ВВЕДЕНИЕ

В наши дни практически все люди применяют в обиходе слова иностранного происхождения, порой ради моды, а зачастую даже не задумываясь об этом. В любом диалоге все чаще встречаются англицизмы, а в бизнес – среде почти все дельцы вовлекают в свои фразы разные «тренды», «бренды», между главами государств при встречах часто мы слышим о глобализации, урбанизации, дифференциации. Причина этого заключается в том, что иностранные определения использовать сейчас модно, им нельзя найти замены в русском языке. В данном исследовании был проведен анализ использования англицизмов в мире моды и современной одежды.

**Актуальность** работы заключается в целесообразности изучения использования англоязычных понятий в индустрии моды и условий, обеспечивающих их распространение.

Основной проблемой исследования является недостаточный объем и систематизация знаний об англицизмах в сфере моды. Также хочу доказать, что употребление англицизмов в речи растет с каждым днем и вытесняет исконно русские слова.

**Цель работы** заключается в выявлении основных причин использования англицизмов современной молодежью и исследование их смыслового значения при переходе из английского языка в русский в индустрии моды.

Учитывая поставленную цель, определены следующие **задачи:**

1. Проанализировать теоретические принципы и основные категории англицизмов в индустрии моды;

2. Изучить основные тенденции, связанные с привлечением англицизмов в материалах специализированных журналов и электронных ресурсов о моде;

3. Рассмотреть основные условия, связанные с распространением англицизмов в индустрии моды на примерах британских брендов, пословиц и поговорок.

4. Определить особенности перехода слов из одного языка в другой.

5. Выявить условия применения англицизмов в русском языке с учетом возрастных особенностей учащихся восьмого класса.

Объект исследования: семантика заимствованной лексики в английском языке.

**Предмет исследования**: особенности семантики заимствованной лексики в английском языке (на материале современной прессы).

Практическое значение данной исследовательской работы заключается в следующем: результаты исследования применяются для расширения кругозора, а также при описании мира моды с помощью англицизмов.

Методы исследования, использованные в работе**:**

1. описательный метод;
2. метод семантического и функционального анализа;
3. статистический метод;
4. анализ полученных результатов;
5. совокупность эмпирических методов (проведение опросов с использованием анкет, наблюдение, социального опроса);

Исследование состоит из введения, двух глав, а также заключения. Завершает данную работу список используемых источников и приложения.

# 

# РАЗДЕЛ I. "ОБОСНОВАНИЕ ПРОЦЕССА ЗАИМСТВОВАНИЯ "

# 1.1.ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ «АНГЛИЦИЗМОВ» С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЛИНГВИСТОВ.

Процесс активизации заимствованной лексики стал одним из значимых явлений для современного русского языка. Это обусловлено тем, что на рубеже XX - XXI веков заимствование лексических единиц, в том числе из английского языка, является одним из основных источников неогенеза русской языковой системы. Указанное явление постоянно находится под пристальным вниманием лингвистов. В частности, изучением процесса заимствования занимались Н.С. Арапова, В.М. Аристова, С.А. Беляева, О.Э. Бондарец, М.А. Брейтер, Э.Ф. Володарская, В.Г. Костомаров, Л.П. Крысин, Т.В. Максимова, Е.В. Маринова, Е.В. Сенько, Ю.С. Сорокин и др.

Исследование семантического аспекта освоения иноязычных слов проводили Н.В. Ваганова, С.С. Изюмская, Е.Е. Кругляк, М.С. Селиванова, М.В. Тарасова, Г.Е. Шилова и др. Несмотря на постоянное внимание к проблеме заимствования, в науке остается немало нерешенных вопросов, своего рода «исследовательских лакун». В числе последних - семантическое калькирование, вписывающееся в общий процесс семантического развития русского словарного фонда.

На современном этапе, как отмечает Е.В. Маринова, семантическая адаптация заимствований имеет свои особенности, что обусловлено общей ситуацией языковой нестабильности рубежа веков, в частности, только что попавшие в язык иноязычные слова оказываются вовлеченными в сопутствующие лексические процессы, происходящие в русском словаре и, таким образом, свидетельствуют о качественных изменениях русской языковой системы[4,с.39].

Наряду с семантическими трансформациями материальных заимствований лексико-семантическая сторона современного русского языка активно обогащается семантическими заимствованиями из английского языка.

Изучением причин заимствования иноязычных слов занимались многие лингвисты. Однако выявление причин заимствования проводилось без достаточно четкой дифференциации языковых и внешних, неязыковых причин. Так, в работе Крысина «Иноязычные слова в современном русском языке» указывается, что Э.Рихтер основной причиной заимствования слов считает необходимость в наименовании вещей и понятий. Вслед на Л. П. Крысиным М. А. Брейтер выделяет следующие причины заимствований[2,с.48].

1. Отсутствие соответствующего понятия в когнитивной базе языка-рецептора. В словарь делового человека 90-х годов прочно вошли такие англицизмы, как *бэдж, классификатор, ноутбук* и его новые разновидности: *аудиобук и пауэрбук; органайзер, пейджер и твейджер, холстер, таймер, бипер, скремблер, интерком, шредер, оверхэд, плоттер, сканер, тюнер, тонер, вьюк* и другие. Следует отметить случаи, когда заимствования использовались для обозначения понятий, новых для языка-рецептора и не имеющихся в языке источнике. В языке-рецепторе возникает нужда обозначить “активно пульсирующее” в жизни явление; в своем языке сразу не находится точное слово, но в другом языке (в нашем случае – английском) есть две единицы, которые, соединившись (уже на русской почве) подходят для наименования. В данном случае мы имеем не столько заимствование, сколько образование нового русского слова из нерусских элементов. В качестве примера следует назвать “англицизм” *шоп-тур*, который понятен носителям русского языка, но не имеет эквивалента в английском языке, тем самым, его нельзя назвать в полном смысле англицизмом. Данная модель словосложения продуктивна в английском языке и отвечает словообразовательным потенциям в русском языке.

2. Отсутствие соответствующего наименования в языке-рецепторе. М. А. Брейтер отмечает, что около 15% новейших англицизмов заимствуются в связи с отсутствием соответствующего наименования в языке-рецепторе[2,с.37]. К ним он относит: *детектор* (валют), *топ-модель, brand name, виртуальный, инвестор, дайджест, спичрайтер, спонсор, спрей*. Отмечается, что грань между этой и предыдущей группой размыта, так как в ряде случаев трудно утверждать, является ли данное понятие новым для языка-рецептора, например, *инвестор, топ-модель*.

3. Обеспечение стилистического (эмфатического) эффекта.

Эмфатическая функция может быть обусловлена и омофонией, соединяющей межъязыковые смыслы (Ср. *ВИНАП – WIN UP*). Действие этого фактора нечастое и рассчитано на высокую степень языковой компетенции говорящих.

4. Выражение позитивных или негативных коннотаций, которыми не обладает эквивалентная единица в языке-рецепторе. Следует указать на то, что среди носителей русского языка распространено представление о том, что иностранные технологии являются более прогрессивными по сравнению с российскими, иностранные банки более надежны, иностранные товары – более высокого качества [ 2, с. 132].

Многие лингвисты указывают на престижность английского слова в некоторых ситуациях по сравнению с русским. Л. П. Крысин называет такое явление “повышением в ранге”: слово, которое в языке-источнике именует обычный объект, в заимствующем языке относится к объекту, в том или ином смысле более значительному, более престижному и т.д [3, с.61]. Так, по мнению Л. П. Крысина, в русском языке название *шоп* (*shop* – магазин) приложимо не ко всякому магазину, а лишь к таковому, который торгует престижными товарами.

Экспрессивность новизны – одна из стойких причин заимствования англицизмов как более престижных, значительных, выразительных [1, c.152]. Англицизмы имеют перед русскими синонимами то преимущество, что аттестуют говорящего в социальном плане в определенных сферах более высоко, подчеркивают уровень информированности и претендуют на превосходство определенной группы молодежи, использующей эту лексику.

В последние годы значительно увеличилось число русскоязычных людей, знающих английский язык. Нередко в речевой ситуации английское слово становится более престижным, чем русское, экспрессия его новизны притягательна, оно может подчеркивать высокий уровень информативности говорящего. Употребление англицизма в речи авторитетного лица (или в рекламе) может стать толчком к его ассимиляции в русской речи.

# 1.2 Пути перехода слов из одного языка в другой

Современное время можно назвать эпохой глобализационных перемен, исходя из этого с точки зрения филологии, глобализацию можно рассматривать как интегрированный процесс в социально – культурной, финансово – экономической и духовно – религиозной среде.

В нашем исследовании мы рассмотрим воздействие глобализационных процессов на включение англицизмов в русский язык, для чего выясним условия и особенности применения англицизмов.

В качестве англицизма следует понимать отдельное понятие либо фразу, привлеченную из английской языковой культуры, при этом сформированной на основании схемы, специфичной для английской речи.

Заимствованием следует понимать отдельный процесс перевода отдельных компонентов определенной языковой культуры в другую языковую культуру.

В процессе включения в отечественную языковую культуру англицизмы приобретают качество приспосабливаться к русским речевым оборотам, например, flash mob получает вид «флэшмоб».

Исходя из этого можно задаться вопросом, что оказывает влияние на распространение англицизмов? Чем руководствуются при переводе англицизмов для построения собственных фраз? Какова причина все большего распространения англицизмов во всех сферах нашей жизни?

Первым вопросом, определяющим ход дальнейшего исследования, был рассмотрен следующий: уместно ли использование англицизмов в беседе, диалоге учащихся? Анкетирование учащихся восьмого класса МБОУ “Черноморской СШ № 3” позволило установить следующие факты:

67% отдают предпочтение при выборе брендов одежды с английскими названиями;

11% остались нейтральными;

22% респондентов будут выбирать исключительно названия с российскими названиями.

Следующий вопрос был таков: Почему учащиеся используют понятия английского происхождения?

Анкетирование позволило сделать следующие выводы:

42% учащихся применяют англицизмы, поскольку речевые формы и сами определения они полагают красивыми;

29% думают, что в русском языке нельзя найти определения, подходящие в большей степени;

16% отдают дань моде;

13% считают применение англицизмов жизненно необходимым.

Опрос показывает, что в наши дни большая часть учащихся не может общаться без применения иноязычных заимствований.

Необходимо отметить важность изучения причин использования англицизмов в русской речи, поскольку применение англицизмов является некоей современной традицией, особенно данное предположение касается молодежи и подрастающего поколения. В то же время довольно часто можно встретить в межличностных диалогах следующее мнение: импортное означает качественное.

Мы выяснили, почему подрастающее поколение и молодежь все больше используют англицизмы вместо наших, русских слов. Необходимо обратить внимание на то, что в современной жизни практически везде заметно перенасыщение импортными брендовыми марками, при этом наши люди не понимают, что за рубежом лучшее оставляют для своих граждан, а более низкого качества товары вывозятся за рубеж, например, китайская продукция. В наши дни прилагательное «китайский» ведет к появлению отрицательных впечатлений. При опросе учащихся нельзя найти ни одного позитивного отзыва, часто встречаются определения – «брак», «подделка», «фальшивка». В то же время проанализировано отношение к брендам одежды английского производства, восприятие было совершенно иное, бренды английского выпуска воспринимались как модные, отвечающие требованиям современного стиля, обладающие высоким качеством.

Важно подчеркнуть, что процесс заимствования определений, слов из одной языковой культуры в другую наблюдается постоянно.

Доказано, что первые иноязычные слова появились в русской речи еще в древнерусский период, то есть 8-12 века. Из языков скандинавской группы (шведский, норвежский) в русскую речь были принесены определения, связанные с рыбным промыслом, а также имена собственные.

Наибольшим влиянием на формирование русского языка в древнерусский период отличалась греческая (византийская) культура. Русь постоянно имела крепкие деловые связи с Восточной Римской империей, при этом процесс вовлечения греческих определений в русскую речь имел место еще до введения христианства (приблизительно с 6 века), при этом данное явление оказало еще большее воздействие на распространение христианской культуры и религиозных традиций.

Другим, не менее важным языком, имеющим существенное влияние на расширение словесного набора в русской лексике, можно назвать латинский язык, при этом термины были взяты в основном из сферы моды, науки, техники, политики, управления. К таковым следует отнести бэкстейдж, снуд, администратор, министр, юрист, операция, конституция, депутат, делегат. Данные понятия применяются и по сей день, однако имеется особенность, они тесно связаны со словами другого языка.

Латинский язык во многих европейских государствах был языком литературы, моды, науки, официальных бумаг и религии (католицизма). Научные сочинения вплоть до XVIII в. часто писались именно на латинском языке; медицина до сих пор использует латынь. Все это способствовало созданию международного фонда научной терминологии, которая была освоена многими европейскими языками, в том числе и русским.

Изрядное влияние на русский оказал французский язык. В конце XVIII-начале XIX вв. в светском обществе вообще считалось неприличным говорить по-русски. Галломания так захватила русское образованное общество, что иные дворяне знали французский язык лучше русского. Наследием этой эпохи являются слова *салон, лакей, авангард, капитан, генерал, лейтенант, рекрут, корнет, корпус, жилет, жакет, комбинезон*и многие другие.

Наибольший наплыв иноязычных заимствований ощущается, обычно, в периоды бурных социальных, культурных и научно-технических преобразований. Такими были татаро-монгольское иго, период христианизации Руси, время петровских преобразований, богатое революциями начало ХХ века.

Таким образом, мы выявили некоторые причины заимствований, также следует отметить, что заимствования наблюдаются в наше время очень часто, поскольку средства инновационной коммуникации проникли в каждый дом. Страны стали более открыты по отношению друг к другу, проводятся годы культур разных стран и это накладывает отпечаток на современный процесс заимствования. Только теперь процесс заимствования в русский язык повернулся в сторону запада, а именно в сторону Англии и США. Уже не одно столетие жители России заимствовали стиль одежды и моду у различных стран, но влиятельнее всего на данный момент является мода Британии. Мы носим множество Британских брендов одежды, даже не задумываясь об этом.

1.3. Категории англицизмов

Изучение заимствований из английского языка является особенно очевидным в условиях беспрерывного расширения международных контактов, когда запланированный прагматичный эффект речевого высказывания часто является залогом успеха в том случае, если включенные в речь англицизмы способны сделать фразу остроумной и убедительной. Поскольку в настоящее время в нашей стране вырос интерес к английскому языку, появляется необходимость в доскональном изучении его семантики, в том числе такого малоизученного явления, как англицизмы. Английский язык имеет богатый словарный запас, который мы используем при описании чувств, стиля одежды. Для этого в своей родной речи мы используем англицизмы, которые являются лексическими способами выражения проявлений системных отношений в языке и мышлении.

Следует отметить о важности англицизмах в сфере моды, а именно какие англицизмы мы используем и без каких не можем обойтись. Таким образом, англици́зм — заимствование слов из английского языка в какой-либо другой язык. В ходе исследования были рассмотрены знакомые дизайнерам слова подобно «мастхэв» или названия стилей типа «гранж»,» бебидолл», «бохо» так и совсем ещё молодые (для русского языка) вроде «дабл-фейс».

Биспоук (bespoke) – выполненная на заказ одежда, на основе эксклюзивного лекала, с использованием индивидуальных мерок.

Бэкстейдж (backstage) – 1) подготовка к показу, нахождение за кулисами; 2) жанр модной репортажной фотографии, представляющей собой съёмку процесса подготовки к показам, фотосессиям и пр.

Гайдлайн (guideline) – каркас, стержень коллекции. Это может быть силуэт или какая-нибудь запоминающаяся деталь.

Дабл-фейс (double face) – двусторонняя ткань

Клоуз фитинг (close fitting) – плотно облегающая одежда.

Лонгслив (longsleeve) – футболка с длинными рукавами, предмет одежды как мужского, так и женского гардероба. В некоторых случаях может исполнять роль нижнего белья (напримерр, термобельё).

Мисфит (misfit) – тренд, подразумевающий балансовые нарушения в костюме.

Некхолдер (neckholder) – фасон одежды на бретели, смыкающейся позади шеи (т. н. «американская пройма»).

Овердрессд (overdressed) – одеваться чрезмерно нарядно, с избытком (обычно негативная характеристика, «...русские женщины за границей всегда овердрессд».

При-фолл коллекция (pre-fall collection) – вид межсезонных коллекций. Они представлены только в каталогах и никогда не появляются на показах. Данные модели являются отображением того, что будет в основной коллекции. Обычно это самые нужные и практичные в повседневной жизни вещи.

Рами (ramie) – прочная неэластичная ткань стойкая к вредоносным химическим процессам из волокон китайской крапивы Boehmeria nivea, своим глянцевым блеском схожей с натуральным шелком.

Снуд (snood) – замкнутый шарф в виде кольца (шарф-хомут).

Термофит (termo FIT) – материал и одежда из нее, удерживающие тепло.

Трендсетер (trendsetter) – тот, кто (или то, что) устанавливает направление, тенденцию. Часто этим термином обозначают звезд, светских персон, чей стиль одежды и жизни копируют многие.

Тренд-хантер (trend-hunter) – специалист по трендам, человек способный спрогнозировать новый тренд, буквально – «охотник за трендами».

Фэшн-стайлинг (fashion styling) – последовательное постижение моды как науки. Фэшн-стилист – человек, постигший фэшн стайлинг.

Мы выяснили, что каждые из этих англицизмов делятся на определенные группы, и у каждой группы есть свои отличительные черты. Следует отметить, что англицизмы групп делятся по уровню ассимиляции, то есть глубокие (полные) и поверхностные (частичные).

Таким образом, англицизмы можно выделить на такие групповые категории:

- семантическая категория;

- морфемная категория;

- грамматическая категория;

- фонемная категория.

В исследовании я рассмотрела особенности англицизмов фонетической категории:

В качестве примеров данного типа англицизмов можно использовать такие: bank – банк, shorts – шорты.

В составе морфемных англицизмов можно включить в русской речи такое определение как модерн, так как основа слова – modern взято из английской речи, а суффикс «овый» уже добавлен в русской языковой культуре.

Следующая группа англицизмов – понятия семантической группы.

В качестве примера данной категории можно привести бэкстейдж-backstage.

Я изучила особенности англицизмов грамматической категории и пришла к выводу, что вариантов привлечения из одной языковой культуры в другую основы полностью с ее различными вариациями можно встретить крайне редко, однако частично перенесение допускается часто.

В качестве примера можно привести англицизм jeans – джинсы, используемые во множественном числе, при этом в русской языковой культуре подобное определение так и сохранилось.

## ВЫВОДЫ К РАЗДЕЛУ I

В ходе данной работы мы установили основные причины использования англицизмов и исследованы их смысловые значения при переходе из английского языка в русский. В первой главе нашей работы мы определили, что англицизмы делятся на определенные категории, и у каждой категории есть свои отличительные черты. Таким образом, англицизмы можно выделить на такие категории:

- семантическая;

- морфемная;

- грамматическая;

- фонемная

Также, в данной главе, мы отметили экспрессивность новизны англицизмов, как одну из стойких теоретических принципов заимствования с точки зрения лингвистов. Англицизмы имеют перед русскими синонимами преимущество, поскольку аттестуют говорящего в социальном плане в определенных сферах более высоко, подчеркивают уровень информированности и претендуют на превосходство определенной группы молодежи, использующей эту лексику.

# РАЗДЕЛ II. ЛЕКСИЧЕСКИЕ СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ ПРОЯВЛЕНИЙ СИСТЕМНЫХ ОТНОШЕНИЙ В ЯЗЫКЕ И МОДЕ

2.1. Практическое изучение англицизмов на примерах британских брендов

Британские бренды традиционно являются законодателями молодежной прогрессивной моды в мире. Именно английские дизайнеры умеют сочетать страсть, агрессию и классику, создавая шедевры. Английская обувь стала классикой как потребителей, так и мировых модных подиумов. Британская одежда, от дорогих элитных брендов до бюджетных молодежных производителей задает ритм развития и показывает высший уровень качества.

Бренд Burberry олицетворяет страну своего происхождения – Великобританию. В нем уникальным образом сочетается простота и элегантность. В разное время лицом рекламной компании были известная модель Кейт Мосс и британская актриса Эмма Уотсон. А фирменная клетка Burberry, которая применяется при создании различной продукции компании, уже стала своего рода символом Британии. История компании началась в 1856 году. Успех пришел чуть позже, в 1880, с создания плаща из непромокаемой «дышащей» ткани. Прошло уже больше 150 лет, но до сих пор именно плащ считается визитной карточкой Burberry. Несколько моделей разного покроя есть в гардеробе таких модниц как Кейт Мидллтон и Анджелина Джоли. В линии этого бренда есть все для создания элегантного и незабываемого образа – одежда, аксессуары, парфюмерия.

Reebok - известный британский производитель функциональной и стильной спортивной одежды, и обуви. С 2006 года вошел в немецкую компанию Adidas. Рибок по праву считается одним из самых старых спортивных брендов, и он появился в 1895 году как ответ на увлечение его создателя Джозефа Фостера легкой атлетикой. Джозеф решил следить за своим телом и занялся фитнесом, но ни одни беговые туфли не соответствовали его запросам, тогда ему ничего не оставалось как заняться выпуском правильной обуви. Вначале фирма называлась "J. ‘W. Foster & Co" и только в 1958 году внук основателя компании предложил привычное нашему уху название Рибок, что означает африканскую быстроногую антилопу. Сейчас Рибок - это упор на комфорт и идеальную одежду для спортивных мероприятий и повседневной жизни.

Один из самых популярных английских брендов Topman производит модную одежду для парней и мужчин. Это дизайнерские модели, что ориентированы на уверенных в себе, отличающихся энергичностью и активной жизненной позицией молодых людей. Модели, что производятся под логотипом бренда Topman, рассчитаны на молодых людей, среди которых школьники и студенты. Однако в каждой коллекции присутствует много весьма универсальных вещей, которые отлично подойдут и взрослым мужчинам. На страницах каталогов Topman можно выбрать одежду на все случаи жизни. Это могут быть как качественные шорты и футболки, так и стильные куртки, пальто. Среди ассортимента продукции ТМ Topman каждый представитель сильного пола сможет выбрать ультрасовременные, стильные и красивые вещи. Дизайнеры Topman создают действительно уникальные модели и ломают привычные стереотипы в мире моды.

ASOS Design - это линейка, выпущенная Британским брендом ASOS. Если сама компания ASOS собирает множество брендов и своих личные произведения под одной крышей, то ASOS Design создан именно для того, чтобы продемонстрировать личные разработки своих Лондонских дизайнеров. Линейка ASOS Design - это еще более доступные дизайнерские и качественные вещи, созданные следуя за модными Европейскими трендами с добавлением уникальных идей дизайнеров бренда. Сама компания ASOS уже который год является международным и мультибрендовым поставщиком одежды по Европе и миру. ASOS гарантирует качество и доступные цены, в особенности, подходящие для молодежи. Однако, любая одежда в магазине ASOS подойдет как младшему, так и старшему поколению - каждый найдет нечто своё! ASOS Design, как и множество брендов, создает множество разных предметов гардероба - от кофт и блузок, футболок и топов, до брюк, джинс, шорт и платьев. Яркие цветовые палитры помогают самовыражаться как дизайнерам, так и тем, кто носит одежду ими выпущенную. Бренд с каждой новой коллекцией старается выпускать как свободные и удобные вещи на каждый день, так и модные офисные луки или образы для похода на учебу. Из вещей ASOS Design можно собрать любой неповторимый праздничный или повседневный образ по доступной цене!

Бренд Keddo имеет свой собственный оригинальный стиль, он яркий, динамичный и дерзкий. При изготовлении обуви используются качественные современные материалы, которые могут иметь самые разные текстуры. Эта обувь соответствует действующим мировым стандартам. Для ее украшения часто используются разнообразные принты, аппликации и вышивки. Она очень удобная, такая обувь подходит на все случаи жизни. Этот британский бренд выпускает обувь в стиле кэжуал. После своего появления он быстро набирает популярность не только на родине, но и по всему миру. Сначала выпускалась только мужская и женская обувь, потом появилась и детская линия. Название бренда происходит от названия племени индейцев из Северной Америки, оно переводится как «настоящие люди». Keddo – это культовый городской бренд, он имеет широкую популярность среди стильных молодых людей, которые не боятся показывать свою индивидуальность.

Вот уже не одно десятилетие невероятным спросом у молодежи пользуются джинсы и одежда популярного английского производителя Pepe Jeans. Компания появилась в 1973 году благодаря смелому шагу влюбленных в моду и джинсовую ткань братьев Шах. Основной задумкой бренда был выпуск стильной и комфортной джинсовой одежды для молодежи и братьям это удалось на славу. Сейчас Pepe Jeans каждый год выпускает две коллекции одежды на создание которох бренд вдохновляет сам многоликий Лондон и его стремительно развивающиеся традиции. Недавно лицом компании стала актриса, а до этого Pepe представляли Эштон Катчер, Криштиану Роналду и многие другие. Вот уже более 5-ти лет компания является представителем и спонсором "Формулы 1".

В результате исследования, мы выяснили, с какого языка происходят наибольшее количество заимствований. Результат был следующим:

1 место - английский язык. Например, такие слова, как смокинг, клатч, боди, свитер, худи.

2 место - немецкий и итальянский. Бутерброд, парикмахер, шахта, циферблат, газета, акварель, паспорт, балет и т. д.

3 место – французский. К примеру ажур, аксессуар, амулет, берет, жабо, замша, интерьер и др.

Нетрудно заметить, что заимствования из английского языка (англицизмы) являются более популярными.

Таким образом, в результате исследования мы сделали выводы:

- процесс заимствования лексических единиц идет параллельно с процессом развития международных отношений;

- слова иноязычного звучания являются более уместными для общения.

-учащиеся подсознательно выбирают товары с иностранными этикетками;

- заимствования из английского языка являются более распространенными.

Также заимствовать можно не только слова, а целые вещи, начиная от их принадлежности и заканчивая происхождением. Одной из таких вещей является школьная форма.

2.2. Тенденции школьной формы

Великобритания – страна, которой мы обязаны появлением школьной формы. Случилось это в XVI веке, во времена правления Генриха VIII. Тогда школьные костюмы не были похожи на свои современные образцы, а целью своей имели приучение детей к смирению и дисциплине. Школа при госпитале Христа, которая первой обязала своих учеников носить форменную одежду, сохранила ее до наших дней, лишь немного модифицировав. В те времена одежду для школьников шили из ткани, окрашенной дешевым синим красителем, а сейчас форма в этой школе черного цвета, хотя все еще напоминает солдатский плащ, по образцу которого она когда-то и была изготовлена.

На протяжении столетий школьная форма была обязательной во всех школах британских островов, как частных, так и государственных. В настоящий момент некоторые школы отходят от обязательной формы по тем или иным причинам, однако основная масса все же крепко держится за традиции. Считается, что наличие единой стандартизированной школьной формы объединяет учеников и уравнивает их на поприще учебы. При этом школьные костюмы некоторых престижных учебных заведений становятся признаком принадлежности к определенному классу, носить такую форму почетно (Приложение B).

Некоторые прогрессивные английские школы стремятся к тому, чтобы сделать форму более индивидуальной, например, в ее разработке могут принимать участие сами ученики. Использование высоких технологий и экологическая безопасность – еще один тренд британской школьной моды. Так, стало очень популярным производство школьной формы из переработанных отходов – блейзеры и брюки из пластиковых бутылок при этом ничем не хуже в носке.

В том случае, если руководство школы настроено демократично, классический вариант формы может заменить более удобный – футболки, джинсы, трикотажные брюки и юбки, толстовки и пр. Выполненные в фирменных школьных цветах, они при этом больше похожи на ту одежду, которую дети носят на улице и дома.

Несмотря на новые тенденции в английской школьной форме, известным на весь мир является именно классический вариант. Одной из причин такой популярности стал успех фильмов о Гарри Поттере, герои которого носят традиционную английскую форму, даже обучаясь в волшебной школе. Другие фильмы и книги также внесли свой вклад в моду на британский образ жизни, включающий в себя и ношение формы школьниками.

В заключении мы пришли к выводу, что в России школьная форма вновь возвращается в повседневный обиход, эта мода только набирает обороты. Многие производители школьной формы, опираясь на современные тенденции, создают модели в английском стиле, целиком или частично копируя британские образцы. Удивляться этому не приходится, так как именно такая форма, вызывая ассоциации с героями любимых книг и фильмов, находит у детей живой отклик. Родителей, в свою очередь, привлекает окружающий английскую школьную форму ореол престижности и респектабельности.

2.3. Англицизмы в сфере моды на материале современной прессы

Индустрия моды, является самой актуальной для исследований данного направления, поскольку многочисленные периодические издания, средства массовой информации, электронные ресурсы представляют собой сокровищницу англицизмов, используемую в любой языковой культуре.

В наши дни нельзя найти кокетку, в гардеробе которой не встретилось бы части одежды, наименование которой не являлось бы англицизмом. Мною был проведен опрос, дающий возможность понять насколько современные девушки знают происхождение названий данных вещей.

Исследования данной работы приобрели следующие результаты: молодежь очень хорошо информирована относительно истории происхождения названий. В ходе исследования было проведено анкетирование девочек восьмого класса, в котором было необходимо назвать вещи, названия которых являлись англицизмом. Были получены такие определения: бутсы, блузка, мокасины, свитер, шорты, джинсы, отмечается, что схожие понятия встречаются и в английском языке, при том фонетически они практически идентичны, то есть они относятся к англицизмам фонемной категории, а такие понятия как «джинсы» и «шорты» включаются в группу англицизмов грамматической категории:

- бутсы - boot;

- блузка – blouse;

- шорты – shorts;

- свитер – sweater;

- джинсы – jeans.

Англицизмы, взятые из индустрии моды, чаще всего распространены в периодических изданиях специального направления. Для сферы моды большое значение имеет стиль, само по себе определение стиля – англицизм (style), при этом слова фонетически идентичны. Логический смысл стиля состоит в том, что таковым можно считать:

Стилем следует считать совокупность специфических приемов, манер ведения деятельности, привычек в быту и обиходе, показывающие нюансы ведения беседы, мыслительных процессов, восприятия окружающего мира, особенностей преподносить себя.

Собственно, желание себя преподносить стильно, в соответствии с принятой модой, каждый из нас пытается добавить что-то инновационное в одежду, однако здесь появляется сложность, связанная с тем, какое название дать этой вещи. В качестве примера можно рассмотреть такую ситуацию: когда-то были придуманы шорты, люди не могли придумать название, так как короткие штаны звучит не совсем красиво и этично. Спустя определенное время отдельный индивид узнает, что в каком – то государстве существует аналогичная вещь, она носит название shorts, при этом произносится коротко, красиво и удобно, данное понятие можно перенять и в свой язык, добавить окончание «ты», тем самым создав название данному виду одежды «шорты».

В исследовании ставилась задача – исследовать особенности использования англицизмов в индустрии моды, для чего мною проанализированы специализированные журналы. Изначально было определено количество англицизмов в среднем на одну статью, посвященную моде. Были получены такие результаты. Приблизительно на 50 определений приходится около 9 англицизмов, при этом не принимались во внимание имена брендов, поскольку все они имеют английское обозначение.

Анализируя модные журналы, мы отметили британские журналы. Именно благодаря журналам мы можем узнать какие цвета актуальны в этом сезоне или какие фасоны платьев вышли из моды.

Достаточно сложно будет отыскать человека, который ничего не слышал об самом влиятельном журнале Vogue. Настоящая библия моды, которая на своих страницах представит нам мир моды (fashion) во всем его разнообразии.

Следует отметить не менее популярные журналы - это Mode Lifestyle Magazine. (Приложение В), Pop Fashion (Приложение В) Allure(Приложение В).

Самыми часто встречаемыми англицизмами из индустрии моды можно назвать наименования одежды, однако помимо данной направленности можно встретить и понятия, выражающие конкретные процедуры, например, для макияжа (make up), при этом подобное определение «мэйк - ап» все чаще применяется в обиходе, исключая макияж и визаж.

Вовлечение определения «мэйк - ап» в оборот вызвало появление множества англицизмов.

Например, так можно объяснить появление косметики, в названии которой включаются англицизмы, например, бронзатор с применением bronza, средства для туши «Вольюм экспресс», название технологии flex hold, то есть гибкая поддержка. Относительно наименований косметики, можно сказать, что приблизительно 85% всех названий относится к категории англицизмов.

Мы рассмотрели англицизмы-действия в сфере моды. Итак, одно из самых распространенных слов-действий – тенденция, производное от английского глагола tend- склоняться, или же собственно tendency – тенденция. следующее слово тренд производное от английского trend –течение. Модный тренд, в дословном переводе будет обозначать модное течение. Модным стало использование слова шоп-тренд, которое обозначает самая выгодная, лучшая покупка. Следующее слово, полюбившееся модельерам – интерпретация – interpretation, что значит толкование. Модная интерпретация - модное толкование. Слово шопинг калька слова shopping-ходить за покупками. На витринах магазинов мы часто видим слово sale-распродажа. Последние слова прочно вошли в наш обиход, можно сказать, что они полностью ассимилировались в русский язык и являются фонемными заимствованиями, так как сохраняют своё написание, произношение и грамматические свойства. Слова маст хэв от must have – обязан иметь и хендвок от hand work – ручная работа, дрескод от dress code –дословно код по платью стали незаменимыми для современных стилистов.

В ходе нашего исследования были рассмотрены англицизмы в области названий одежды. Предлагаем вашему вниманию список англицизмов, составленных нами по результатам исследования нашей работы, взятых из модных журналов:

- дафклот - укороченное пальто в клетку (от dave - мягкий и clout –одежда);

- милитари - полупальто с типичными армейскими атрибутами (от military –армейский);

- топ - укороченная майка (от top - высокий);

- блузка от blouse (калька);

- джемпер от jumper;

- кантри от country деревенский стиль;

- клатч от слова звукоподражания, маленькая сумочка с застежкой, издающей звук похожий на «клатч»;

- кардиган слово калька - длинная кофта;

- жакет от jacket;

- свитер от sweater;

- миттенки от mitten – варежки с открытыми пальцами;

- ботинки от boot;

- джинсы от jeans;

- блуза - стретч от stretch-тянущийся;

- комбинация от combine –сочетать;

- пуловер от pullover.

Я проанализировала мини-текст из журнала «Лиза» на наличие англицизмов. Данный текст состоит из пятидесяти семи слов, из них одиннадцать слов название брендов на английском языке, четыре слова англицизмы (джинсы, ботильоны, блузка, повторяющиеся два раза).

Англицизмы в данном тексте полностью ассимилированы в русском языке. Остаток слов сорок лексических единиц, процент заимствования четверть текста, достаточно значимый пласт.

2.4. Практический аспект изучения индустрии моды в английских пословицах и поговорках

«Нельзя быть слишком хорошо одетым или слишком хорошо образованным», — говорил величайший денди всех времен Оскар Уайльд.Он в совершенстве изучил все способы произвести неизгладимое впечатление как своим парадоксальным умом, так и своим впечатляющим, экстравагантным, а порой и шокирующим внешним видом.

Сегодня мы берем афоризм Уайльда в качестве ориентира и предлагаем поднять уровень начитанности, увеличить богатство языка, а заодно и задуматься о том, что именно руководит нами, когда мы одеваемся каждое утро. Помогут в этом английские пословицы про одежду, которые отражают отношение всей британской нации к такой тривиальной и такой необходимой вещи, как приличный внешний вид.

Good clothes open all doors.

Дословный перевод: Добротная одежда открывает все двери.

Аналог на русском: Встречают по одежке, провожают по уму.

Значение: Английская пословица полностью совпадает по смыслу со своим русским эквивалентом, но в британском варианте не существует второй части пословицы, которая ставит интеллектуальные способности выше внешнего вида человека. Очевидно, представителям английского общества вполне хватает открытой двери, а дальше можно укрепить свою репутацию с помощью такта и способностей к изящной small talk. В конце концов, приходишь к выводу, что:

Clothes make the man.

Дословный перевод: Одежда красит человека.

Аналог на русском: По одежке встречают.

Значение: Впервые эту мысль в виде афоризма сформулировал — ну кто же ещё? — Уильям Шекспир. В первом акте «Гамлета» Полоний заявляет: «The apparel oft proclaims the man» — «По платью часто судим мы о людях». Что интересно, на протяжении многих веков в различных странах и культурах, от Древней Греции до средневековой Японии и Британии времен королевы Елизаветы I, существовали так называемые сумптуарные законы, иными словами, законы о роскоши, которые регламентировали, в том числе, и внешний вид человека, и его одежду. Таким образом, крой и материал наряда напрямую указывал на социальный статус человека, в него облаченного.

К счастью, сегодня мода и требования к внешнему виду как никогда либеральны, поэтому для 21 века актуальны пословицы с противоположным значением:

Clothes do not make the man.

Дословный перевод: Не по одежде судят о человеке.

The hood makes not the monk, nor the apparel the man.

Дословный перевод: Монах не опознается по капюшону, а человек – по наряду.

It is not the gay coat that makes the gentleman.

Дословный перевод: Мужчину делает джентльменом не красивый пиджак.

Аналог на русском: Не одежда красит человека.

Значение: Все же довольно рискованно полагаться исключительно на броскую одежду, желая пустить пыль в глаза или казаться более влиятельным в глазах других людей. Образ человека состоятельного и воспитанного складывается из манер, акцента, предрассудков и излюбленных тем для разговора. В данной ситуации, мы часто используем такую пословицу:

Fine feathers make fine birds.

Дословный перевод: Красивые птицы красивы своим оперением.

Аналог на русском: Одежда красит человека

Значение: Психологически мы все ещё зависимы от первого семисекундного впечатления о человеке, которое на 70% складывается из нашего мнения о его внешнем виде. К сожалению, первое впечатление может быть обманчивым:

Clothes may make the man, but his backbone grows from childhood.

Дословный перевод: Одежда, может быть, и красит человека, но его позвоночник растет с раннего детства.

It’s not the clothes that count, but the things the clothes cover.

Дословный перевод: Значение имеет не одежда, а то, что находится под ней.

An ape's an ape, a varlet's a varlet, though they be clad in silk or scarlet.

Дословный перевод: Мартышка остается мартышкой, а негодяй остается негодяем, даже будучи одетым в шелк и пурпур.

Значение: Под роскошной одеждой можно скрыть натуру человека, но не изменить её.

С другой стороны, одежда может действительно преобразить человека и тем самым изменить мнение окружающих о нем.

Таким образом, мною были сделаны выводы:

- доля англицизмов в сфере моды составляет примерно двадцать процентов от всех лексических единиц;

- количество англицизмов постоянно увеличивается, и они вытесняют заимствования из других языков.

ВЫВОД К РАЗДЕЛУ II

Во втором разделе, в результате исследования, мы сделали выводы:

- процесс заимствования лексических единиц идет параллельно с процессом развития международных отношений;

- слова иноязычного звучания иногда являются более уместными для общения.

-учащиеся подсознательно выбирают товары с иностранными этикетками;

- доля англицизмов в сфере моды составляет примерно двадцать процентов от всех лексических единиц;

- количество англицизмов постоянно увеличивается, и они вытесняют заимствования из других языков.

В русской речи молодые люди широко используют англицизмы, черпаемые из интернета, музыкальных композиций и средств массовой информации, и тенденций моды.

Большая часть слов при переводе принимает тот же смысл, что и англицизм. Также следует отметить, что значительная часть английских слов «переселилась» в русский и заменяется английским эквивалентом, который несет свое смысловое значение.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе данной работы были проанализированы основные особенности применения англицизмов в русском языке в индустрии моды. Также, мы отметили экспрессивность новизны англицизмов, как одну из стойких теоретических принципов заимствования с точки зрения лингвистов. Англицизмы имеют перед русскими синонимами преимущество, поскольку аттестуют говорящего в социальном плане в определенных сферах более высоко, подчеркивают уровень информированности и претендуют на превосходство определенной группы молодежи, использующей эту лексику.

Тема данной работы несомненно важна, так как использования современными молодыми людьми англицизмов растёт с каждым днём и вытесняет исконно русские слова. В результате исследования было установлено, что заимствованные слова постоянно пополняют русский лексический запас, однако, как показало наше исследование, на сегодняшний день сосуществуют полярные точки зрения на заимствование: с одной стороны, полное признание абсолютной необходимости заимствований для функционирования языка (М. Кронгауз, О.Н. Чистякова, Л.Н. Боженко); с другой стороны – отрицание этого процесса, рассматриваемого как угроза для уникальности русского языка, впоследствии от заимствований нужно очистить русский язык. В результате исследования следует отметить, что заимствование – это необходимое, естественное языковое явление (Л.П. Крысин, А.А. Стрельцов, Е.А. Земская).

В настоящее время англицизмы активно употребляются в языке СМИ, в т. ч. на телевидении, в радиопередачах, в газетах, в материалах специализированных журналов и электронных ресурсов о моде. В данной работе мы рассмотрели условия распространения англицизмов в современном русском языке в индустрии моды на материалах современной прессы, на примерах британских брендов, пословиц и поговорок.

Для выявления причин использования англицизмов среди учащихся восьмого класса и подтверждения выдвинутой гипотезы было организованы и проведены социальные опросы (Приложение А), (Приложение Б). Субъектами исследования стали учащиеся 8 класса МБОУ «Черноморская СШ № 3» в количестве 30 человек. По итогам полученных результатов следует сделать следующие выводы:

1.Подавляющее число учащихся пользуется англицизмами при общении (84%);

2. Основными источниками слов являются компьютерные технологии, СМИ и обучение дисциплине «Английский язык» (36%, 27%, 21% соответственно);

3.Значение английских употребляемых слов чаще всего соответствует правильному значению данного слова (более 90%);

4.Причины использования англицизмов – конкретизация разговора, поддержание беседы и изучение английского языка (40%, 28%, 27% соответственно).

В ходе данной работы были выявлены основные причины использования англицизмов и исследовали их смысловые значения при переходе из английского языка в русский. В нашей работе мы определили категории англицизмов, установили их отличительные черты. Таким образом, англицизмы можно выделить на такие категории:

- семантическая;

- морфемная;

- грамматическая;

- фонемная

В результате исследования, мы сделали выводы:

- главным принципом англицизмов в индустрии моды является постоянное их использование в контекстах и более уместным при разговоре о моде;

- процесс заимствования лексических единиц идет параллельно с процессом развития международных отношений;

- англицизмы буквально пронизывает весь язык от разговорного до самых вершин поэтического и прозаического слова;

- количество англицизмов постоянно увеличивается, и они вытесняют заимствования из других языков.

В русской речи молодые люди широко используют англицизмы, черпаемые из интернета, музыкальных композиций, средств массовой информации, и тенденций моды.

Что же касается смыслового значения слов при переводе на русский язык, однозначно нельзя сказать, что оно изменяется. Большая часть слов при переводе принимает тот же смысл, что и англицизм. Также следует отметить, что значительная часть английских слов «переселилась» в русский и заменяется английским эквивалентом, который несет свое смысловое значение. В соответствии с результатами исследования следует отметить, что гипотеза подтвердилась.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Антрушина, Г. Б. Лексикология английского языках качества [Текст] / Г. Б. Антрушина, О. В. Афанасьева, Н. Н. Морозова.- М.: Дрофа, 2016. – 288 с.
2. Брейтер, М. А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы [Текст]. М., 1997.- 214 с.
3. Крысин, Л.П. Вторичное заимствование и его описание в толковом словаре [Текст].- М., 2004. - 54с.
4. Маринова, Е.В. Иноязычные слова в русской речи конца XX – начала XXI в.: проблемы освоения и функционирования[Текст].- М., 2008.-180 с.
5. Федорюк А. В. English lexicology/ А. В. Федорюк.- ГОУ ВПО ВСГАО. - Иркутск, 2017. – 132 с.
6. Статья из журнала: Модные тенденции/ /Лиза.- 2018.- № 17. – C.21.
7. Статья из журнала: Модные тенденции / / Лиза.- 2017.- № 23. – C.12.
8. Статья из журнала: Модные тенденции/ /Лиза. - 2017.-№ .24 - С. 8
9. Статья из журнала: Модные тенденции / / Лиза.- 2018.- №20. - С. 12
10. Статья из журнала: Модные тенденции / / Лиза.- 2018.- №26. - С. 8
11. Статья из журнала: Модные тенденции / / Лиза.- 2017.- №34. - С. 10
12. Статья из журнала: Модные тенденции / / Лиза.- 2017.- №37. - С. 10
13. Статья из журнала: Модные тенденции / / Лиза.- 2018.- № 27.-C.10
14. Статья из журнала: Модные тенденции/ /Лиза.- 2018.- №28. - С.10

16. Статья из журнала: Фавориты осени // Ellos.- 2017. -№ 7- С. 3-46

17. Малый академический словарь. - М.: Институт русского языка Академии наук Евгеньева А. П., 2017. – 325 с.

18. Словарь русских синонимов [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://edbi.ru/

19. Толковый словарь интернета [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://prostosite.ru/tolkovyiy-slovar-interneta/

20. Экономический словарь [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://enc-dic.com/economic

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Социальный опрос подростков (сверстников).

Я провела опрос среди 8-х классов, в нем участвовало 30 человека. Им было предложено ответить на следующие вопросы:

Дорогие друзья!  
Мы проводим исследование на предмет влияния английского языка на речь русскоговорящих людей. Вам предлагается ответить на несколько вопросов, касающихся употребления в речи англицизмов (слов английского происхождения), выбрав один из предложенных вариантов ответа. Мы рассчитываем на вашу искренность.  
1)Напишите, как вы понимаете следующие англицизмы:  
Бойфренд -\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
Имидж - \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
Мейкап - \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
Лузер - \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
Лифтинг - \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
Кастинг - \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
Уикенд - \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
О’ кей - \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
Джем - \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
Фишбургер - \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
2)Где чаще всего вы встречаете англицизмы?  
а) в средствах массовой информации;  
б) в речи друзей, родных;  
в) в речи учителей;  
г) затрудняюсь ответить.  
3)Как часто вы употребляете в своей речи слова, заимствованные из английского языка?  
а) часто;  
б) иногда;  
в) редко;  
г) затрудняюсь ответить.  
4)Почему вы употребляете слова, заимствованные из английского языка?  
а) для лучшего изучения английского языка;  
б) потому что это модно;  
в) потому что это вошло в привычку;  
г) затрудняюсь ответить.  
5)Как влияет знание (незнание) английского языка на понимание вами значений англицизмов?  
а) знание английского языка помогает понять англицизмы, обхожусь без толкового словаря;  
б) незнание английского языка затрудняет понимание англицизмов, нужна посторонняя помощь;  
в) понимаю значение англицизмов, однако не задумываюсь об их английском происхождении;  
г) затрудняюсь ответить.

Итог опроса:

65% учащихся используют англицизмы в современной жизни, так как считают это модным, так же это облегчает общение со сверстниками.

25%относятся негативно к англицизмам

10% относятся к ним равнодушно

**

В соответствии с результатами исследования, необходимо сделать следующий вывод: основной причиной использования англицизмов среди учащихся восьмого класса является конкретизация разговора, поддержание беседы друг с другом.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Опрос учащихся восьмого класса МБОУ “Черноморской СШ № 3”.

1.Уместно ли использование англицизмов в беседе, диалоге учащихся?

Опрос позволил установить следующие факты:

67% отдают предпочтение при выборе брендов одежды с английскими названиями;

11% остались нейтральными;

22% респондентов будут выбирать исключительно названия с российскими названиями.

2.Почему учащиеся используют понятия английского происхождения?

Опрос позволил сделать следующие выводы:

42% учащихся применяют англицизмы, поскольку речевые формы и сами определения они полагают красивыми;

29% думают, что в русском языке нельзя найти определения, подходящие в большей степени;

16% отдают дань моде;

13% считают применение англицизмов жизненно необходимым.

Опрос показывает, что в наши дни большая часть учащихся не может общаться без применения иноязычных заимствований.

ПРИЛОЖЕНИЕ В



Рис. 1.1 Школьная форма



Рис. 1.2 Школьная форма



Рис 1.3 Школьная форма



Рис 1.4 Школьная форма

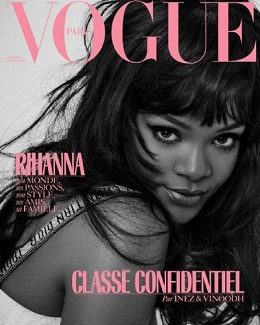


Рис 1.5 Журнал «VOGUE»



Рис 1.6 Журнал «MODE»



Рис 1.7 Журнал «POP»

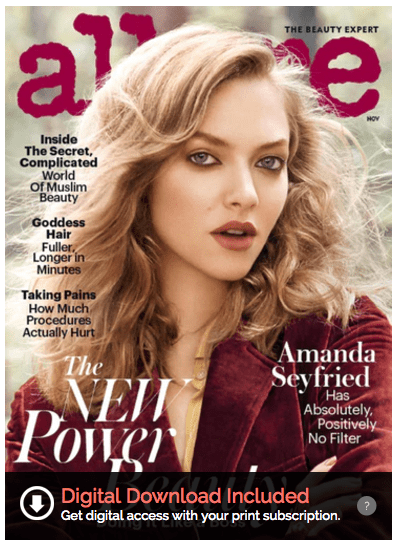


Рис 1.8 Журнал «Allure»



Рис 1.9 Школьная форма

В данной работе мы поговорим о "Англицизмах в индустрии моды ", автор - Титова София, учащаяся 8-Б класса МБОУ "Черноморская СШ №3", руководитель - Моисеева М.М.

**Цель** исследования заключается в выявлении основных причин использования англицизмов и исследование их смыслового значения при переходе из английского языка в русский в индустрии моды современной молодежью.

Задачи исследования:проанализировать теоретические принципы и основные категории англицизмов в индустрии моды; изучить основные тенденции, связанные с привлечением англицизмов в материалах специализированных журналов и электронных ресурсов о моде; рассмотреть основные условия, связанные с распространением англицизмов в индустрии моды на примерах британских брендов, пословиц и поговорок; определить особенности перехода слов из одного языка в другой; выявить условия применения англицизмов в русском языке с учетом возрастных особенностей учащихся восьмого класса.

**Объект исследования**: семантика заимствованной лексики в английском языке.

**Предмет исследования:** особенности семантики заимствованной лексики в английском языке (на материале современной прессы).

**Гипотезы исследования:** значительная часть английских слов «переселилась» в русский и заменяется английским эквивалентом, который несет свое смысловое значение и является уместным в современной жизни.

**Актуальность** работы заключается в целесообразности изучения использования англоязычных понятий в индустрии моды и условий, обеспечивающих их распространение.

**Практическое** значение данной исследовательской работы заключается в использовании результатов исследования для расширения кругозора при изучении иностранного языка, а также как собственная научная база по применению англицизмов в индустрии моды.

В соответствии с результатами исследования, мы сделали следующий вывод: в русской речи при общении молодых людей с ровесниками широко используется англицизмы, черпаемые из интернета, музыкальных композиций и средств массовой информации, и тенденциями моды.

Большая часть слов при переводе принимает тот же смысл, что и англицизм.