

11. **Зайнуллин, Е.** Уголь с юанем братья навек [Электронный ресурс] / Е. Зайнуллин, Д. Козлов // Коммерсантъ. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/5295729>. – Дата доступа: 07.04.2022.

12. Молочные реки, китайские берега [Электронный ресурс] // Коммерсантъ. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4290742>. – Дата доступа: 07.12.2021.

УДК 81'373.45

Л. Л. Костаи, Ю. А. Наконечная

К ВОПРОСУ О ЗАИМСТВОВАННОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В СФЕРЕ МОДЫ

Аннотация. Статья посвящена вопросу изучения русскоязычной терминологии в сфере моды. Внимание уделяется новейшим терминам моды заимствованного характера. Еще не закрепленные в лексической системе русского языка данные термины являются активно используемой частью вокабуляра представителей индустрии моды, что предопределяет необходимость их освоения. Авторы работы также раскрывают значение заимствованных из английского языка новых слов.

Ключевые слова: английский язык, русский язык, сфера моды, заимствования, термин, терминология.

Тема моды по-прежнему остается относительно новой для отечественной лингвистики. Область моды вобрала в себя большое количество терминологии, заимствованной из английского языка, которой на сегодняшний день оперируют журналисты, модельеры, стилисты, производители модной одежды и мы, простые обыватели. Для лингвистов особый интерес представляет изучение терминологической системы языка моды, в особенности заимствований.

Далеко не все с интересом следят за модными тенденциями, но люди, в особенности женщины, с удовольствием покупают одежду и косметику. У всех модных продуктов есть своя история происхождения и трансформация в мире моды. Сфера моды помогает людям создать образ, выразить индивидуальность и выделиться из толпы.

Изучение различных аспектов создания и функционирования слов сферы моды представляется необходимым, т. к. помогает увидеть новые тенденции в развитии современного английского языка, связанные с культурной детерминированностью, а также с заимствованиями из английского в русском языке.

В современном обществе мода стала неотъемлемой частью жизни каждого человека. Мода неизменно зависит от обстановки – в обществе, культуре, истории, экономике и политике. Человеку необходимо соответствовать определенному социальному статусу, и именно мода помогает создать свой собственный стиль [1, с. 6].

Слово «мода» произошло от латинского «modus» – «мера, способ, предписание, правило, образ». Мода – это совокупность привычек, ценностей и вкусов, принятых в определенной сфере и определенное время, установление идеологии или стиля в какой-либо сфере жизни или культуры [2].

Отличительная особенность моды заключается в ее быстром распространении и частой смене тенденций. Мода характеризуется кратковременным господством определенных вкусов в отношении одежды или какой-либо другой сферы жизни. Понятие «мода» относится к объекту культуры, включая духовные и материальные ценности, созданные обществом в процессе его жизнедеятельности.

«Мода – одна из величайших и, возможно, самых бессмысленных проблем нашего времени», – пишет о моде норвежский антрополог Мари Гринде Арнтцен в книге «Дресс-код. Голая правда о моде» [3, с. 4].

В свою очередь, автор книги «Макияж. Красота, неподвластная времени» Рэй Моррис высказывает другое отношение к моде: «Моя книга – о том, что такое классическая красота, которая никогда не выходит из моды» [4, с. 9].

В данной работе мы будем опираться на знания и опыт всемирно известного австралийского топ-визажиста Рэй Моррис, которая наглядно демонстрирует, как подчеркнуть свою красоту и сияние вне зависимости от возраста, и рассказывает все секреты корректирующего макияжа в своей книге «Макияж. Красота, неподвластная времени», а также на знания и опыт из книги «Библия моды» американского телеведущего и консультанта в области моды, наиболее известного по шоу «Проект Подиум» Тима Ганна и Эйды (Ады) Кэлхун, американской писательницы научно-популярной литературы.

Мода – это то, что диктуют дизайнеры и модельеры. И их решения не всегда могут подходить каждому. Современная мода меняется очень быстро, модельеры каждый сезон выпускают новые и оригинальные коллекции.

К XXI в. мода стала, с одной стороны, идеологией, с другой – индустрией. Сфера моды вобрала в себя множество терминов, которыми на сегодняшний день в условиях международного сотрудничества оперируют не только модельеры, стилисты и производители модной одежды, что, в свою очередь, требует усовершенствования и систематизации языка в данной области. Существует и языковая мода – погоня за модными, престижными словами [5, с. 82].

Мы можем отметить, что мода существовала и постоянно менялась на протяжении веков в разных культурах, поэтому существует большое количество модных терминов, особенности которых интересно изучить.

Английский язык стоит в первом ряду по возведению слов в ряд модных и популярных.

Некоторые лексические единицы, вошедшие из английского в русский язык, не нуждаются в дополнительном описательном приеме, а для разъяснения значения некоторых лексем проведем так называемый «модный ликбез».

Начнем с заимствований или так называемых «модных терминов» из сферы макияжа.

Аппликатор (от англ. «applicator» – «апликатор») – это аналог кисти, инструмент со спонжем на одном (или обоих) концах пластиковой основы для нанесения макияжа.

Бронзер, или **бронзатор** (от англ. «bronzer» – «бронзатор») – косметический продукт, имеющий вид пудры или крема и предназначенный для придания коже легкого сияния, маскировки недостатков и коррекции овала лица.

Мейкап (от англ. «makeup» – «макияж») – это процесс нанесения макияжа, макияж.

Консилер (от англ. «conceal» – «прятать», «маскировать») – это маскирующее средство, которое скрывает мелкие недостатки на лице, пигментные пятна, прыщи, покраснения, круги под глазами, мимические морщины.

Люминайзер, или **иллюминайзер** (от англ. «illuminate» – «освещать») – это косметическое средство, используемое для придания блеска коже.

Праймер (от англ. «prime» – грунтовать) – основа под макияж, т. е. косметический продукт, который наносится непосредственно на предварительно очищенную кожу лица перед тональной основой и другими средствами.

Ремувер (от англ. «remove» – «удалять») – средство для удаления макияжа или средство для снятия лака для ногтей, средство для удаления кутикулы.

Тоник (от англ. «tonic» – «тоник», «тонизирующее средство») – это тонирующее и удаляющее остатки косметики, «усталости» с лица средство.

Хайлайтер (от англ. «highlight» – «подчеркивать», «выделять») – это косметическое средство для выделения и подсвечивания отдельных зон лица и его контурирования.

Эксфолиант (от англ. «exfoliate» – «отшелушивать») – средство для удаления омертвевших клеток дермальной поверхности лица и тела, которое имеет в своем составе мелкие абразивные частички либо концентраты кислот и ферментов, способные растворять роговой дермальный слой.

Мода, как явление социальное, распространяется с очень высокой скоростью. И с такой же высокой скоростью происходит обмен терминами, связанными и с предметами одежды. Приведем ряд примеров.

Треггинсы (от англ. «trousers» – «брюки» и «leggings» – «леггинсы») – это узкие брюки, часто с карманами-обманками спереди и накладными карманами сзади и четко очерченным поясом или застежкой на молнию.

Джеггинсы, или **джегинсы** (от англ. «jeans» – «джинсы» и «leggings» – «леггинсы») – современный и непринужденный вид джинсов. Это разновидность плотных леггинсов, цвет, элементы декора которых очень схожи с джинсами-скинни.

Леггинсы (от англ. «leg» – «нога») – это эластичные тонкие брюки, не имеющие карманов и застежек и плотно облегающие ноги.

Скинни – (от англ. «skinny» – «тощий») – узкие брюки, плотно облегающие ноги.

Карго (от англ. «cargo» – «груз») – вид одежды, который предполагает большое количество карманов, по которым этот груз можно разложить, освободив, таким образом, руки.

Сникерсы, или сникеры (от англ. «to sneak» – «красться») – это обувь, являющаяся смесью кроссовок и кедров на резиновой толстой подошве. Эта спортивная обувь получила свое название из-за возможности бесшумно в ней передвигаться.

Подводя итог всему вышеизложенному, можно сделать вывод, что сфера моды занимает важную роль в жизни людей. Одни ежедневно читают модные журналы, другие тщательно продумывают свои наряды, третьи увлекаются созданием собственной одежды, а четвертые совсем не следят за модой и носят то, что есть. Мода быстро распространяется среди людей и часто изменяется. Она характеризуется кратковременным господством определенных вкусов в отношении одежды или какой-либо другой сферы жизни. Понятие «мода» распространяется на культуру народа и даже целой страны. В различных культурах существует своя мода, множество модных терминов заимствуются из других языков, т. к. они не имеют аналогов и входят в язык как новые слова.

Мода бывает разная: на одежду, макияж, прически, интерьер и архитектуру. Она постоянно меняется, но спустя время возвращается, потому что количество идей ограничено, а их воплощение может быть разнообразным. Мода существует в каждой культуре, но не во всех языках существует эквивалент очередного модного термина, которых с каждым годом становится все больше, поэтому перевод терминологии в сфере моды может вызвать немало трудностей [6, с. 11].

Мода неизменно зависит от обстановки – в обществе, культуре, истории, экономике и политике. Человеку необходимо соответствовать определенному социальному статусу, и именно мода помогает создать свой собственный стиль.

Мода существовала и постоянно менялась на протяжении веков в разных культурах. В современном мире мода меняется очень быстро, ее диктуют дизайнеры и модельеры, которые каждый сезон выпускают новые и оригинальные коллекции.

В различных культурах существует своя мода, множество модных терминов заимствуются из других языков, т. к. они не имеют аналогов в английском языке и входят в него в качестве новых слов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Ганн, Т.** Библия моды / Т. Ганн, А. Кэлхун. – Москва: КоЛибри, 2014. – 374 с.
2. Мода [Электронный ресурс] // Википедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/?oldid=102206097>. – Дата доступа: 18.05.2022.

3. **Артцен, М. Г.** Дресс-код. Голая правда о моде / М. Г. Артцен. – Москва: Ад Маринем, 2017. – 200 с.
4. **Моррис, Р.** Макияж. Красота, неподвластная времени / Р. Моррис. – Москва: Эксмо, 2018. – 192 с.
5. **Костах, Л. Л.** К вопросу о модных терминах в индустрии моды и стиля / Л. Л. Костах // 56-е Евсевьевские чтения. Педагогические науки. Лингвистика и методика: междисциплинарный подход: сб. науч. тр. Междунар. науч.-практ. конф., Саранск, 19–20 марта 2020 г. – Саранск: МГПУ, 2022. – С. 81–86.
6. **Костах, Л. Л.** Лексические трансформации при переводе терминологии в сфере моды / Л. Л. Костах // LINGVO-SCIENCE: сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. – 2020. – № 28. – С. 11–13.

УДК 811.133.1'81.25

Т. В. Куделка, Д. С. Денисова

МЕСТО ВЕРЛАНА В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОГО ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА

Аннотация. Верлан является языком кодирования, который давно существует во Франции, но получил широкое распространение в языке молодежи лишь в 1970-х гг. Исследование направлено на изучение влияния верлана на развитие современного французского языка. Особое внимание уделено определению места верлана в системе французского языка. Выявлены основные сферы использования верлана, а также подобраны интернет-ресурсы для его изучения.

Ключевые слова: верлан, французский язык, сленг, молодежный сленг, слово, аргю.

Французский язык, как и все языки мира, представляет собой живой организм, который эволюционирует под воздействием различных факторов. Социально-культурные сдвиги в обществе, связанные с изменениями общественно-политического строя, сменой форм собственности, переоценкой ценностей, научно-техническим прогрессом, являются одними из самых влиятельных факторов развития языка. Как правило, все эти социальные потрясения в первую очередь сказываются не на литературном языке, а на его ненормативных вариантах, таких как диалекты, просторечия, сленг, жаргоны, аргю. Следует также отметить, что зачастую наиболее ярко эти социальные трансформации проявляются в речи молодежи, что свидетельствует о ее стремлении выделиться из массы, быть носителем современного, так называемого *le céfran branché* (модного языка), избежать обыденной речи.

Существует такое понятие, как молодежный сленг. Это ряд неформальных, нестандартных, эмоционально окрашенных слов и выражений, используемых молодыми людьми с целью проявления внутригрупповой идентичности. В свете нашего исследования особого внимания заслуживает изучение такого варианта молодежного сленга, как верлан. Само название *verlan* представляет собой