


Муниципальное образовательное учреждение  
Гимназия №3 г. Волгограда

# ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКА МОДЫ

Выполнила:  
Ученица XI «А» класса  
Бунина Дарья

Учитель: Холодковская Елена Валерьевна

Волгоград 2010




❖ Предмет исследования - фэшн  
– язык

❖ Объект исследования –  
лингвистические приемы  
используемые СМИ при  
общении с читателем

- ❖ Актуальность данного исследования определяется динамизмом развития фэшн индустрии
- ❖ Проблема данного исследования – необходимость в постоянном изучении фэшн - языка

# Гипотеза

- ❖ Языковые средства модных журналов предположительно имеют свои особенности
- ❖ Являются ли они основными в психологическом воздействии на читателя

- 
- ❖ Цель нашей работы –  
выявление и анализ используемых  
стилистических приемов на разных  
языковых уровнях в фэшн языке

# Задачи исследования

- ❖ Определить основные понятия и концепции индустрии моды; определить место и роль в современной коммуникации
- ❖ Дать определение языку индустрии моды как системе определенных символов и знаков, обслуживающих данную сферу жизнедеятельности человека.
- ❖ Проанализировать деятельность специальных СМИ на английском языке, пишущих об индустрии моды
- ❖ Выделить лингвистические особенности фэшн текстов на примере специализированных журналов о моде на английском языке, проанализировать их воздействие на читателя.

# Новизна исследования

**Научная новизна** работы состоит в том, что в ней:

- Описываются лингвистические особенности текстов модных гляцевых журналов
- Анализируются языковые приемы, оказывающие на читателя определенное психологическое воздействие

# Методы исследования

- ❖ Метод сплошной выборки
- ❖ Сравнительно – сопоставительный метод
- ❖ Описательно – аналитический метод
- ❖ Метод компонентного анализа



# Библиография

- ❖ Попова И. В. Лексико – семантические особенности языка индустрии моды – Москва, 2007
- ❖ Матосян Я.С . Основные тенденции формирования и функционирования номинаций понятийной сферы «одежда и мода» в русском языке XX - XXI вв. – Краснодар, 2008
- ❖ Лингвистический энциклопедический словарь под ред. В.Н. Ярцевой, Москва, 1990
- ❖ Oxford Advanced Learner's Dictionary, 7<sup>th</sup> edition, 2005
- ❖ Словарь филолога (электронный ресурс) - режим доступа в словарь : <http://slovarfilologa.ru/category/>
- ❖ Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) Москва, "Международные отношения", 1975

# Структура работы

- ❖ Введение
- ❖ Глава 1. Фэшн – индустрия и ее язык
- ❖ Глава 2. Лингвистические особенности фэшн – текстов
  - 2.1. Фонетические особенности
  - 2.2. Морфологические особенности
  - 2.3. Лексические особенности
- ❖ Заключение

## «Marie Claire»



## «Glamour»



## «Eve»



## «Red»



журнал мод №1  
во Франции,  
Великобритании,  
Австралии,  
Бразилии;  
первый номер  
вышел в 1937 году;  
аудитория – 292  
700 человек

дата основания  
1939 год;  
по всему миру  
журнал Glamour  
читают 12 000 000  
человек

Издается только  
в  
Великобритании

Red – основан в  
1999;  
издается только в  
Великобритании

# Языковые уровни:

- ❖ Фонетический
- ❖ Морфологический
- ❖ Лексический

# Фонетические особенности

Название	Примеры	Частотность на 10 журналов
Аллитерация	<ul style="list-style-type: none"><li>• «Style <u>n</u>ews you <u>n</u>eed to k<u>n</u>ow <u>n</u>ow»</li><li>• «<u>N</u>ail colour <u>n</u>ews flash»</li><li>• «<u>S</u>trappy <u>s</u>tilettos to <u>s</u>houlder <u>b</u>ags and <u>b</u>angles»</li></ul>	53 раза
Рифмы/ Парарифмы	<ul style="list-style-type: none"><li>• «Nina's <u>t</u>op <u>t</u>ips»</li><li>• «<u>N</u>eed on <u>n</u>ude <u>d</u>ay»</li><li>• «<u>S</u>kin below the chin»</li><li>• «Run <u>w</u>ay – real <u>w</u>ay»</li></ul>	32 раза
Ассонанс	<ul style="list-style-type: none"><li>• «<u>F</u>ood for you»</li><li>• «<u>S</u>kinny <u>j</u>eans»</li></ul>	15 раз

# Выводы к главе 2.1.:

Среди фонетических лингвистических приемов преобладает аллитерация (более 50%)

Экспрессивно воздействуют на читателя, подчеркивают идею, выделяют важное, привлекают внимание к продукту



# Морфологические приемы

Название	Примеры	Частотность на 10 журналов
Императив	<ul style="list-style-type: none"><li>• «<u>Fall</u> wish list»</li><li>• «<u>Complete</u> the look»</li></ul>	80 раз
Сравнительная степень	<ul style="list-style-type: none"><li>• «Learn <u>more</u> about these events and new trends»</li><li>• «<u>More</u> than a gift»</li></ul>	34 раза
Превосходная степень	<ul style="list-style-type: none"><li>• «It's fun, it's fabulous, it's <u>best</u>»</li><li>• «the combination of white and black is <u>the best</u> in its collection»</li></ul>	30 раз
Местоимение «we».	<ul style="list-style-type: none"><li>• «<u>We</u> love the accessorizes too»</li><li>• «Make a purchase and <u>we</u> will donate of the proceeds to look good»</li></ul>	40 раз
Аббревиация	<ul style="list-style-type: none"><li>• LBD – Little Black Dress</li><li>• NYFW – New York Fashion Week</li></ul>	8 раз

## Выводы к главе 2.2:

Среди морфологических лингвистических приемов преобладает императив (около 70%)

Способствуют принятию аудиторией модных стандартов, призывают читателя к действию





# Лексические приемы

Название	Примеры	Частотность на 10 журналов
Профессиональная лексика	<ul style="list-style-type: none"><li>• «Nine West's new <u>vintage</u> American line. <u>Vintage</u> is the new new»</li><li>• «A <u>cocktail dress</u> that sparks a party»</li></ul>	210 раз
Метафора	<ul style="list-style-type: none"><li>• «Cat power»</li><li>• Staddle the divide between daring <u>dark angel</u> and <u>cool – as – ice queen</u>»</li></ul>	150 раз
Оценочные клише	<ul style="list-style-type: none"><li>• «Look, head-to-toe <u>fabulous</u> with air pic of the best little-black-dress accessorizes»</li><li>• «Gucci's design offices are soon relocating there – now <u>perfect</u>»</li></ul>	70 раз
Заимствования из других языков	<ul style="list-style-type: none"><li>• «fashion <u>resume</u>»;</li><li>• «<u>a café au lait palette</u>»</li></ul>	40 раз

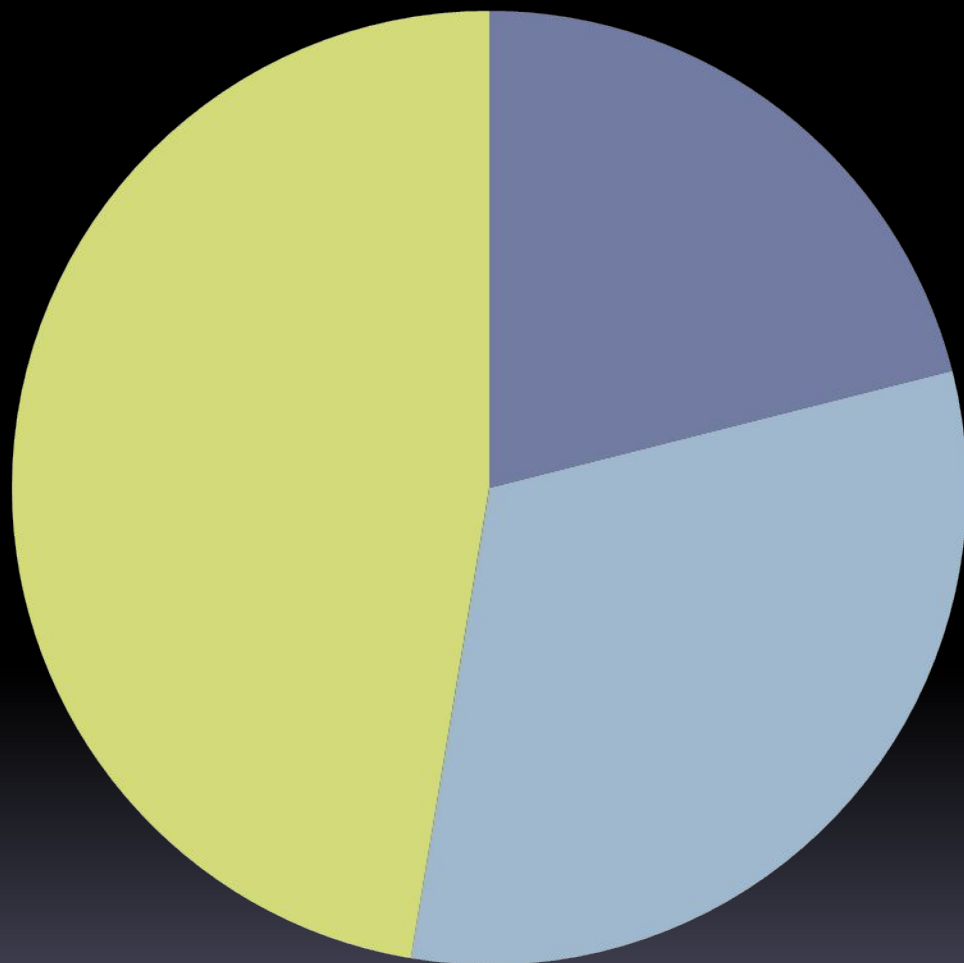
## Выводы к главе 2.3 :

Среди лингвистических лексических приемов преобладает профессиональная лексика (около 85%)

Создают настроение сопричастности к фэшн бизнесу, умения разбираться во всех новинках и тенденциях, осуществлять правильный выбор



## Лингвистические приемы



- Фонетические
- Морфологические
- Лексические

**СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ!**