



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

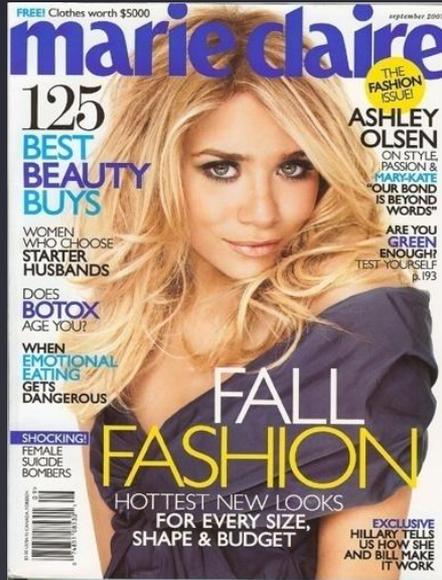
Библиография

- ❖ 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, 7th 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

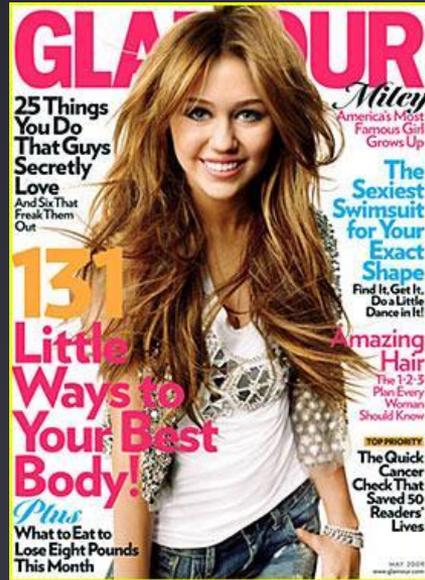
Структура работы

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



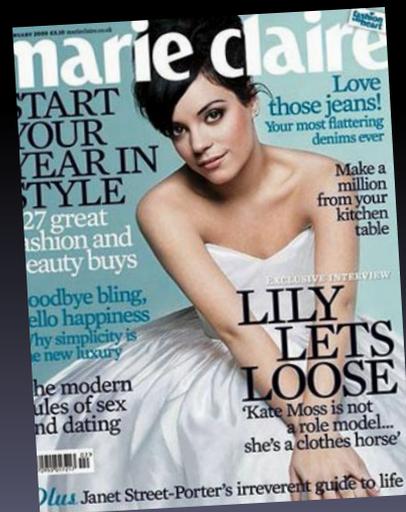
Морфологические приемы

| Название | Примеры | Частотность на 10 журналов |
|-----------------------|---|----------------------------|
| Императив | <ul style="list-style-type: none">• «<u>Fall</u> wish list»• «<u>Complete</u> the look» | 80 раз |
| Сравнительная степень | <ul style="list-style-type: none">• «Learn <u>more</u> about these events and new trends»• «<u>More</u> than a gift» | 34 раза |
| Превосходная степень | <ul style="list-style-type: none">• «It's fun, it's fabulous, it's <u>best</u>»• «the combination of white and black is <u>the best</u> in its collection» | 30 раз |
| Местоимение «we». | <ul style="list-style-type: none">• «<u>We</u> love the accessorizes too»• «Make a purchase and <u>we</u> will donate of the proceeds to look good» | 40 раз |
| Аббревиация | <ul style="list-style-type: none">• LBD – Little Black Dress• NYFW – New York Fashion Week | 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">• «Nine West's new <u>vintage</u> American line. <u>Vintage</u> is the new new»• «A <u>cocktail dress</u> that sparks a party» | 210 раз |
| Метафора | <ul style="list-style-type: none">• «Cat power»• Staddle the divide between daring <u>dark angel</u> and <u>cool – as – ice queen</u>» | 150 раз |
| Оценочные клише | <ul style="list-style-type: none">• «Look, head-to-toe <u>fabulous</u> with air pic of the best little-black-dress accessorizes»• «Gucci's design offices are soon relocating there – now <u>perfect</u>» | 70 раз |
| Заимствования из других языков | <ul style="list-style-type: none">• «fashion <u>resume</u>»;• «<u>a café au lait palette</u>» | 40 раз |

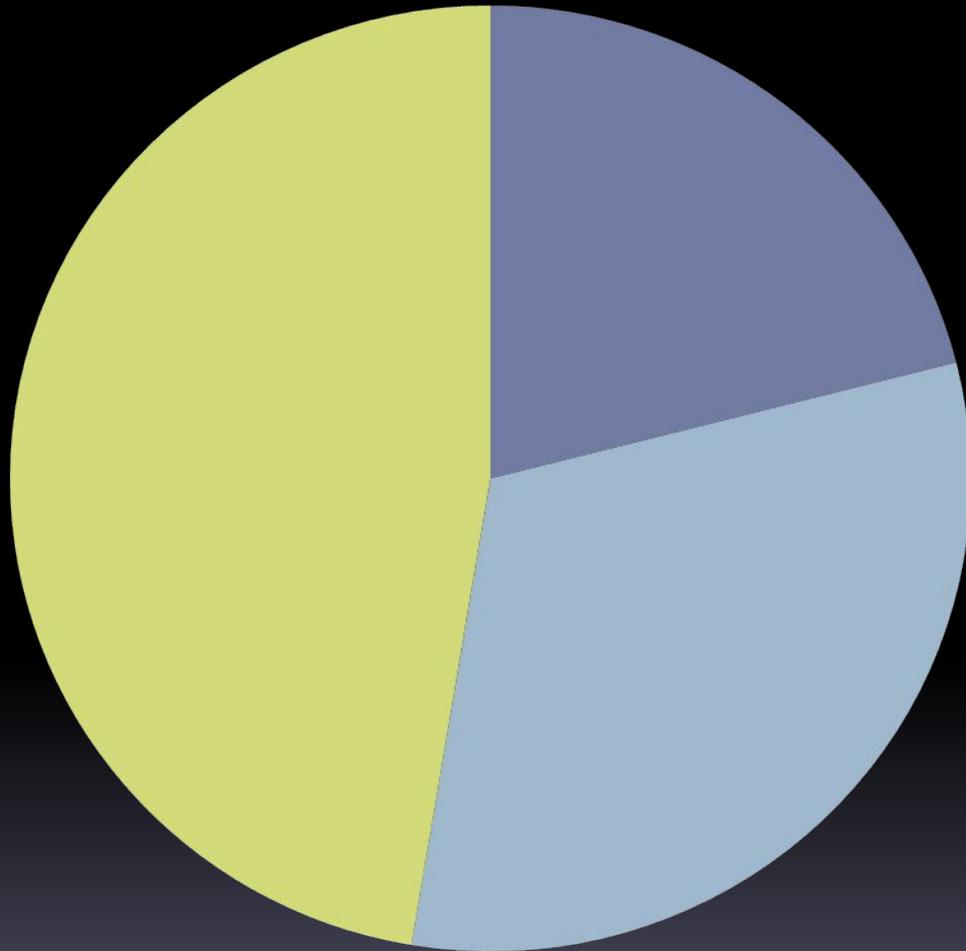
Выводы к главе 2.3 :

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!**