

Данная тема представляется интересной не только с точки зрения развития английского языка в современном мире и растущей потребностью номинации вещей вокруг нас, но и с точки зрения обучения иностранным языкам, так как между направлением исследования и педагогическим образованием имеется непосредственная связь как теоретическая, так и практическая. Результаты данного исследования представляются чрезвычайно полезными при обучении школьников английскому языку, так как работа содержит большое количество иллюстративных примеров сокращений и аббревиатур. Результаты исследования могут быть также использованы при изучении английского языка на более высоких уровнях изучения английского языка, например в ходе курсов языкознания, лексикологии и стилистики английского языка. Более того, результаты данной работы имеют широкое практическое применение для дальнейшей научной деятельности в рамках изучения не только англоязычных СМС-сообщений и сообщений из мессенджеров и чатов, но и для анализа других сокращений, используемых для обозначения понятий, представленных в разных областях жизнедеятельности человека.

#### **Библиографический список**

1. Арнольд, И. В. Лексикология современного английского языка / И. В. Арнольд. – М.: Высшая школа, 2012.
2. Левковская, К. А. Основные проблемы общей теории слова и структурно-семантические особенности лексики конкретного языка: Дис. д-ра филол. наук / К.А. Левковская. – М., 1962.
3. Мешков О. Д. Словообразование современного английского языка / О.Д. Мешков. – М.: Межд. отношения, 1976. – 248 с.
4. Crystal, D. Language and the Internet. Second edition. Cambridge University press. – New York, 2006.

#### **Список источников иллюстративного материала**

1. Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://preply.com/en/blog/2018/05/04/the-most-used-internet-abbreviations-for-texting-and-tweeting/>

**Коротких Ж.А., кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии**  
**Арутюнова А.Г., студентка 4 курса Лингвистического института**  
Алтайский государственный педагогический университет  
г. Барнаул

### **ОБРАЗОВАНИЕ НОВЫХ АНГЛИЙСКИХ СЛОВ В СФЕРЕ МОДНОЙ ИНДУСТРИИ**

**Аннотация.** *Статья посвящена анализу новой английской лексики в сфере модной индустрии. Объектом исследования явились неологизмы, обозначающие предметы одежды, обуви и аксессуаров. Самой многочисленной из выделенных в ходе исследования тематических групп является группа, включающая названия предметов поясной одежды. Рассматриваются различные способы образования и перевода неологизмов в сфере модной индустрии с английского языка на русский, и определяется, что наиболее продуктивными способами образования являются аффиксация, словосложение и контаминация, а наиболее частотными способами перевода – транскрибирование и транслитерирование.*

**Ключевые слова:** словарный состав языка, сфера модной индустрии, неологизм, тематическая группа, словообразование, транскрипция, транслитерация, калькирование, полукалька.

**Zh. A. Korotkikh,  
A.G. Arutunova**

## FORMATION OF NEW ENGLISH WORDS IN FASHION INDUSTRY

**Abstract.** *The article is devoted to new words in English fashion industry. The paper focuses on neologisms denoting clothes, footwear and accessories. The research shows that the most numerous of thematic groups is a group of new words denoting nether garments. Various ways of word-building and translating new lexical units from English into Russian are described. Affixation, compounding, and blending are stated as the most productive types of word formation; transcription and transliteration – as the most frequent ways of translating new words in English fashion industry into Russian.*

**Key words:** vocabulary, fashion industry, neologism (new word), thematic group, word formation, transcription, transliteration, loan translation, half-calque.

Вопросы пополнения словарного состава современных языков постоянно находятся в центре внимания исследователей. Этот интерес объясняется тем, что изучение проблемы роста лексического состава предоставляет возможность определять тенденции и закономерности в развитии того или иного языка, анализировать пути и способы его пополнения, видеть эволюцию его системы, прогнозировать возможности дальнейшего изменения и увеличения словаря, исследовать экстралингвистические и лингвистические причины происходящих изменений.

Актуальность данного исследования определяется тем, что в настоящее время наблюдается так называемый «неологический бум», вызванный динамичным развитием науки, техники, средств массовой информации и общественно-политических отношений, в результате чего возникает острая необходимость создания слов, обозначающих новые реалии и явления.

По мнению многих исследователей, английский язык является одним из самых динамичных языков в мире. По подсчетам Global Language Monitor, английский словарь увеличивается на 14,7 слов в день. Следовательно, за год в английском языке появляется 5365 новых слов [1].

С возникновением новых слов появляются проблемы с их переводом на другие языки. Перевод неологизмов всегда сопряжен с определенными трудностями, так как новая лексическая единица не сразу фиксируется словарями, и тем самым возникают сложности с ее семантизацией и выбором способа перевода.

Словарный состав любого языка является наиболее подвижным и наиболее чувствительным к изменениям в общественной жизни народа. Непрерывные процессы модификации словарного состава языка, которые включают в себя утрату некоторого количества устаревших слов, появление инноваций, развитие новых значений у сохраняющихся и активных слов, отражают его прямую связь со всеми сферами общественной жизни.

Объектом нашего исследования является новая лексика в сфере модной индустрии в английском языке. Являясь социальным феноменом, мода играет важную роль в жизни общества. Сегодня мода может определять тип или форму одежды и аксессуаров, набор идей, принципы поведения людей в обществе, этикет и понятие нормы в стилизации и организации пространства. Иногда понятие моды распространяют на представления об образе жизни, искусстве, литературе, архитектуре, кулинарии, индустрии развлечений и отдыха. Главное назначение модной индустрии – удовлетворять эстетические потребности и сигнализировать о социальном статусе их владельца [2, URL].

Во многих определениях термина «мода» подчеркивается, что мода – это совокупность привычек, ценностей и вкусов, принятых в определённой среде в определённое время, поэтому самой характерной чертой моды является изменчивость. Иными словами, понятие «мода» подразумевает нечто непрочное и быстро проходящее. Следовательно, появление новых слов в сфере модной индустрии вполне закономерный процесс. Однако

работ, посвященных всестороннему исследованию неологизмов в сфере модной индустрии, немного, этим и определяется новизна нашего исследования.

Анализ лингвистической литературы показал, что термин «неологизм» трактуется авторами неоднозначно. Нами были сформулированы три основные точки зрения, которые опираются на определенный аспект рассмотрения данного понятия. В соответствии с первой точкой зрения под неологизмами понимаются новые слова, появившиеся в языке для обозначения новых понятий. Другой точки зрения придерживается ряд исследователей, определяющих неологизмы как существующие в языке слова, используемые для обозначения новых понятий. В третью группу были отнесены исследования, авторы которых при определении понятия «неологизм» основной акцент делают на временной аспект, полагая, что к неологизмам можно относить лексические единицы, «которые появляются в языке позднее какого-то временного предела, полагаемого за исходный» [3, с. 16].

Исходя из анализа приведенных выше точек зрения, мы сформулировали рабочую дефиницию, на которую опирались в данном исследовании. Неологизмами мы считаем *новые слова и новые значения существующих в языке слов, входящие в язык в связи с ростом культуры и техники, изменениями в общественных отношениях и условиях жизни людей, которые появляются в языке позднее какого-то временного предела, полагаемого за исходный.*

В качестве временного предела, являющегося критерием отнесения слова к категории новой лексики, в данной работе берется 1990г.

В современном обществе к модной продукции можно отнести почти все товары личного потребления, включая одежду, мебель, автомобили, канцелярские принадлежности, продукты питания (особенно диетические), средства личной гигиены и т.д. Объектом нашего исследования явились неологизмы, обозначающие предметы одежды, обуви и аксессуаров.

Методом сплошной выборки из словарей неологизмов, печатных и электронных изданий было выявлено 120 неологизмов, которые были разделены на 8 тематических групп.

#### 1) *Верхняя (плечевая) одежда*

Одна из многочисленных групп, в которую вошли 26 неологизмов (21,7%). Например:

- Catsuit – облегающий женский комбинезон. Слово catsuit вошло в обиход после выхода кинофильма «Бэтмэн возвращается» (1992г.) и прочно закрепилось в словаре.

#### 2) *Поясная одежда*

Самая многочисленная группа, в которую вошли 32 неологизма (26,7%).

Например:

- Jeggings – разновидность, брюк представляющих собой нечто среднее между джинсами-стретч и легинсами. Слово появилось вместе с новой формой брюк, представленной в модных коллекциях 2009 года.

- Hip-huggers (Am.) – обтягивающие брюки с заниженной талией. Впервые появились в Лос-Анджелесе в 1957 г. и представляли собой джинсы с низкой талией, плотно прилегающие по бедрам, и с расходящимися колоколом брючинами. С течением времени форма хипхаггеров менялась. Вновь вошедшие в моду в 2000х годах хипхаггеры представляли собой плотно обтягивающие по всей длине джинсы, отличительным признаком которых оставалась заниженная талия.

#### 3) *Нижнее белье*

Малочисленная группа, в состав которой вошли 7 неологизмов (5,8%). Например:

- Burcini – купальник, который соответствует исламскому дресс-коду, особенно такой, который закрывает все тело, кроме лица, рук и ног. Первый в мире купальник-буркини выпустила в 2004г. Ахеда Занетти, 40-летняя мусульманка-дизайнер ливанского происхождения, живущая в Австралии.

#### 4) *Головные уборы*

В состав данной группы вошли 12 неологизмов (10%). Например:

- Karpoets – женский головной убор, набирающий особую популярность. Состоит из донышка, тульи или очелья (самая верхняя расширяющаяся часть) цилиндрического околыша и козырька.

#### 5) Обувь

В состав данной группы вошли 14 неологизмов (11,7%). Например:

- Bandals – пляжные шлепанцы. Неологизм образован путем метонимии от названия компании Bandals, Inc., производителя и дистрибутора обуви. Образованная в 2008 г., компания производит новый вид патентованных сандалий, характерной чертой которых является взаимозаменяемость ремешков.

- Slog – традиционно данное слово использовали для обозначения деревянной обуви сабо, но в XXI веке оно расширило свое значение, и сейчас клогами называют похожую по форме обувь, сделанную из традиционных материалов с низким задником или без него. В 2007 г. голландские дизайнеры Виктор и Рольф (Viktor & Rolf) представили в своей коллекции новый вид обуви – голландские клоги на высоком каблуке (high heeled Dutch clogs).

#### 6) Ткани

Самая малочисленная группа, в состав которой вошли 4 неологизма (3,3%). Например:

- Lumalive – ткань, которая обладает встроенными свето-испускающими диодами. В 2005 году голландская компания Philips представила готовые к массовому производству и продажам предметы одежды, выполненные по технологии Lumalive. Суть технологии заключается в том, что массивы гибких цветных светодиодов вплетаются в ткань, полностью сохраняющей свои первичные свойства: гибкость и влагопропускание. Из ткани Lumalive компания Philips предлагает куртки, полотенца, покрывала и шторы, изменяющие свет и окраску в соответствии с настроением хозяина.

#### 7) Стили одежды, обуви и аксессуаров

В состав данной группы вошли 14 неологизмов (11,7%). Например:

- Mori Girl – в дословном переводе на русский язык означает «девушка из леса». Этот уличный стиль сформировался и обрёл свою популярность в Японии приблизительно в 2007 году. Он сочетает в себе детали и изделия, которые можно встретить в таких известных направлениях, как хиппи, бохо и фольклорный стиль. В каждом образе просматривается сочетание элементов народного творчества и винтажа. Наиболее привлекательным для приверженцев данного стиля является процесс поиска нового, того, что ещё никто не носил.

- Fusion – В моде стиль фьюжн известен примерно с 90-х годов. Сегодня слово fusion чаще всего употребляется для обозначения демократичной уличной моды. Это что-то среднее между casual и эклектикой, интересное решение на каждый день без примеси эпатажа. Главные принципы стиля фьюжн в одежде – контрастность, многослойность и смешение этнических мотивов.

- Gorpcore — термин впервые появился в 2017 г. в журнале *The Cut* и обозначал модный стиль, вдохновленный экипировкой туристов. Его название происходит от аббревиатуры GORP (Good old raisins and peanuts = смесь из сухофруктов и орехов), означающей любимую еду американских путешественников. За основу в этом городском стиле берутся базовые, непримечательные, но функциональные вещи, в которых часто можно увидеть туристов где-нибудь на дикой природе. Считается, что горпкор пришел на смену другому простому и функциональному стилю — нормкору (Normcore). Постепенно этот тренд с улиц американских и европейских городов переключался на подиумы мира. Элементы горпкора можно встретить в коллекциях таких люксовых брендов, как Chloe, Givenchy и Prada.

#### 8) Сумки

В состав данной группы вошли 11 неологизмов (9,1%). Например:

- Hipseat – (хипсит) широкий пояс с полочкой, который фиксируется вокруг талии. Предназначен для ношения ребенка на бедре. Впервые такая сумка стала выпускаться английской компанией Hippychick в 1999г.

- Bumbag – поясной кошелек или поясная сумка. Слово вошло в употребление в 1986 г. Родоначальниками этой моды стали лыжники, а с 1990-х годов поясная сумка приобрела особую популярность среди туристов, которым было очень удобно хранить в подобных кошельках документы и деньги. В США такую сумку называют fanny bag .

Основными способами образования новых английских слов в сфере модной индустрии за счет внутренних средств языка являются аффиксация, словосложение и контаминация.

*Аффиксальные единицы*, как правило, складываются целиком в русле английских словообразовательных традиций, их морфологическая структура и характер мотивации значения укладываются в сложившееся у носителей английского языка представление об обычном, стандартном слове. Наиболее частотными суффиксами в образовании новых слов являются: -able, -(i)al, -(i)an, -ate, -ation, -ed, -ee, -er/or, -et, -hood, ic, -ing, -ify, -ism, -ize, -ness, -y. Например: loafers, hipsters, shimmer, revitalizing, highlighter. В образовании новых единиц активное участие принимают полусуффиксы: -intensive, -friendly, -oriented, -a/oholic. В настоящее время одним из самых продуктивных полусуффиксов в сфере модной индустрии является -friendly, например: audience-friendly, customer-friendly, environment-friendly, girl-friendly, labour-friendly.

*So not only does it have to be avant-garde, it has to be functional and audience-friendly.*

*(Одежда для выступления должна быть не только авангардной, но также функциональной и визуально-притягательной.)*

*Словосложение* представляет собой сложение двух или более основ, в качестве которых могут выступать как простые, так и производные основы. Основы, образующие морфологический состав сложного слова, могут быть соединены друг с другом путем простого соположения или с помощью соединительных служебных морфем. Нами было установлено, что среди сложных неологизмов в сфере модной индустрии преобладают двухкомпонентные единицы. Самые частотные и продуктивные модели – N+N=N и Adj.+N=N. Например:

- moon (луна) + boot (ботинок; сапог) = moonboot (объемные и «дутые» теплые зимние сапоги. Дизайн и название обязаны событию первой высадки человека на луну, которое вдохновило дизайнера обуви Джанкарла Занатта на создание таких сапог).

- trend (тренд, направление) + book (книга) = trendbook (журнал, в котором описываются новые стили, одежды и т. д.).

- fast (быстрый) + fashion (мода, стиль) = fast fashion («быстрая мода» – быстрое обновление ассортимента несколько раз в сезон; одежда, копирующая последние экземпляры высокого класса моды, что позволяет целевому потребителю купить модные новинки по более низкой цене).

*Контаминация*. Разные исследователи отдают предпочтения разным терминам, большинство из которых являются синонимичными с термином *контаминация* (стяжение, блендинг, телескопия), определяя структурную и семантическую особенности этого процесса как такой способ словообразования, который представляет собой слияние двух (или более) усеченных основ или слияние полной основы с усеченной основой, в результате которого образуется новое слово, полностью или частично включающее в себя значение всех входящих в него структурных элементов [4, с.89-90].

Среди английских неологизмов в сфере модной индустрии слова, образованные по способу контаминации, встречаются довольно часто. Например:

*jeggings = jeans + leggings*

*bandals = boot + sandal*

Перевод новообразований имеет свои трудности. Существует несколько приёмов, позволяющих осуществить передачу неологизмов одного языка средствами другого. Наше

исследование показало, что наиболее частотными способами перевода неологизмов в сфере модной индустрии с английского языка на русский являются транскрибирование и транслитерирование.

Транскрипция – это переводческий приём, заключающийся в передаче буквами языка, на который осуществляется перевод, звучания слова исходного языка. Например:

- *blush* – *блаш*
- *outfit* – *аутфит*
- *newlook* – *ню лук*

Транслитерация – это переводческий метод, при котором буквы, составляющие слово на исходном языке передаются буквами иностранного языка. Например:

- *batik* – *батик*
- *shimmer* – *шиммер*
- *reglan* – *реглан*

Менее частотным при переводе неологизмов в сфере модной индустрии является способ калькирования. Калькирование – это способ перевода лексической единицы исходного языка путём замены его составных частей (морфем или слов) их лексическими соответствиями иностранного языка. Например:

- *French pocket* – *французский карман*
- *ready-to-wear* – *вещь, готовая к носке*

Наряду с калькированием при переводе неологизмов может использоваться прием, называемый полукалькой. Данный прием состоит в калькировании одной составной части неологизма, в то время как другая часть передается при помощи транскрипции или транслитерации. Например:

- *gaucho pants* – *брюки гаучо*
- *capri pants* – *брюки капри*
- *dress code* – *дресс-код*

Иногда прибегают к описательному переводу, сущность которого заключается в передаче значения иностранного слова при помощи более-менее распространенного объяснения. Например:

- *winklepickers* – *длинные остроносые туфли*
- *completenik* – *длинный свитер для брюк*

Каждый из способов перевода имеет свои преимущества и недостатки. На первом этапе, когда новое иностранное слово появляется в обществе, часто требуется толкование его значения. Поэтому наряду с транскрипцией и транслитерацией часто используют описательный перевод. Например:

- *monks* – *монки* – вид мужских туфель, у которых вместо шнуровки используется пряжка

- *shimmer* – *шиммер* – средство в виде карандаша или пудры, в состав которого входят мерцающие или светоотражающие частицы

После принятия неологизма в обществе (социализации) и его закреплении в языковой системе (лексикализации) используется только транскрибированный или транслитерированный вариант.

Таким образом, в результате исследования нами были выделены 8 тематических групп неологизмов, самой многочисленной из которых является группа, включающая названия предметов поясной одежды, самой малочисленной – группа, включающая названия тканей. Самыми продуктивными способами образования новых английских слов в сфере модной индустрии за счет внутренних средств языка являются аффиксация, словосложение и контаминация. Наиболее частотными способами перевода неологизмов в сфере модной индустрии с английского языка на русский являются транскрибирование и транслитерирование.

Теоретическая значимость данной работы заключается в рассмотрении продуктивности различных способов словообразования для данной группы лексических

единиц, а также переводческих трансформаций, используемых при переходе от одной языковой системы к другой. Полученные результаты могут быть использованы в лексикографической практике и на практических занятиях по английскому языку и переводу.

#### **Библиографический список**

1. The Global Language Monitor. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.languagemonitor.com/global-english/no-of-words/>
2. Индустрия Моды – Энциклопедия Кругосвет. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/ekonomika\\_i\\_pravo/INDUSTRIYA\\_MODI.html](https://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/ekonomika_i_pravo/INDUSTRIYA_MODI.html)
3. Заботкина, В. И. Новая лексика современного английского языка / В. И. Заботкина. – Москва: Высшая школа, 1989. – 126 с.
4. Лаврова, Н. А. Контаминация в современном английском языке: структура, семантика, прагматика / Н.А. Лаврова // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. – 2011. – № 8 (223). – Вып. 51. – С. 88–93.

**Коротких Ж.А., кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии  
Стахеева Э.Ю., студентка 5 курса Лингвистического института**

Алтайский государственный педагогический университет  
г. Барнаул

### **ВОЗРОЖДЕНИЕ МИНОРИТАРНЫХ ЯЗЫКОВ В ШОТЛАНДИИ**

**Аннотация.** В статье рассматривается проблема возрождения миноритарных (региональных) языков в Шотландии, которая приобрела особую актуальность в начале XXI века в связи с ратификацией Великобританией Европейской хартии региональных языков или языков меньшинств. Особое внимание уделяется статусу и развитию Scots. Анализируются произведения, написанные на Scots, поднимается проблема актуальности дальнейшего развития всех литературных жанров на Scots.

**Ключевые слова:** миноритарные языки, Европейская хартия региональных языков или языков меньшинств, идиом, Scots (скотс), “Шотландское Возрождение” XX века.

**Zh. A. Korotkikh,  
E. Yu. Stakheeva**

### **REVIVAL OF MINORITY LANGUAGES IN SCOTLAND**

**Abstract.** The article deals with the revival of minority (regional) languages in Scotland, the issue which became topical after Great Britain ratified the Council of Europe Charter for Regional or Minority Languages at the beginning of the 21st century. Much attention is given to the status and development of Scots. Works of literature written in Scots are analyzed; the importance of further development of all literary genres in Scots is considered.

**Key words:** minority languages, the Council of Europe Charter for Regional or Minority Languages, idiom, Scots, “Scottish Renaissance” of the twentieth century.

Вопрос о судьбе миноритарных языков в Шотландии приобрел особую актуальность в начале XXI века. В 2000 г. Великобритания подписала, а в 2001 г. ратифицировала Европейскую хартию региональных языков или языков меньшинств, принятую в Страсбурге 5 ноября 1992 г. В соответствии с положениями Хартии под региональными языками или языками меньшинств понимаются языки, которые: «а) традиционно используются на данной территории государства жителями этого государства, представляющими собой группу,