

СЕКЦИЯ 6. ОБУЧАЮЩИЕСЯ ОБЩЕГО СРЕДНЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

ЗАИМСТВОВАНИЯ В МИРЕ МОДЫ КАК ОСОБЕННОСТЬ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

*Аксенова А.А.,
учащаяся ГУО «Средняя школа №32 г. Могилева»,
г. Могилев, Республика Беларусь
Научный руководитель – Статуева В.В., учитель*

Аннотация: Роль заимствований в русском языке возрастает с каждым годом, поскольку применение иностранных языков распространяется во многих сферах общественной и научной деятельности. Именно экономические, политические и культурные связи с другими странами в разные эпохи оказывали воздействие на развитие русского языка. *Мода – это живое поле, постоянно развивающееся. Она оказывает влияние на людей, на культуру, искусство. Поэтому теория языкового заимствования в моде актуальна для данного исследования.*

Выбор темы исследования подтверждается ее **актуальностью**, поскольку в настоящее время на мировую арену выходят новые белорусские бренды, появляются современные названия одежды и обуви, но мало кто знаком с ними и совсем не задумывается о происхождении этих слов. *В сложных экономических условиях, именно замена импорта и развитие отечественных качественных брендов одежды помогает нашим соотечественникам выглядеть стильно и не испытывать потребности в зарубежных брендах одежды и обуви. Однако многие отечественные марки одежды используют в своих названиях иноязычные слова, что требует тщательного исследования данного явления.*

Новизна заключается в том, что исследование позволило классифицировать модные белорусские бренды и выделить наиболее важные причины появления иноязычных слов в них, смогло установить наиболее популярные заимствования для обозначения предметов одежды и обуви. В ходе проведения данного исследования составлен каталог, который поможет окружающим познакомиться с миром белорусской моды.

Практическая значимость состоит в том, что результаты исследования (каталог «Тайны мира белорусской моды») могут быть использованы как на уроках русского языка, при изучении заимствований, так и для популяризации белорусских брендов в мире моды.

Цель исследования – изучение заимствований в мире моды как особенности межкультурной коммуникации.

Задачи исследования: изучить историю происхождения названий белорусских брендов; классифицировать бренды, опираясь на методiku нейминга, и выделить наиболее важные причины появления иноязычных слов в названиях белорусских брендов; провести анкетирование среди учащихся, чтобы выяснить, какие белорусские бренды они знают и знают ли, откуда происходит название бренда; проанализировать новые слова-заимствования в мире моды и выявить наиболее популярные из них.

В данном исследовании были рассмотрены основные понятия, связанные со словом «бренд», определено, что настоящий расцвет брендинга пришелся лишь на середину XX века. Однако и в это время большинство импортных товаров все еще восприни-

мались потребителями как более качественные, чем отечественные. Именно по этой причине многие компании начали брать себе иностранные названия.

В практической части с помощью изучения интернет-источников, рекламы в средствах массовой информации, словарей моды, опроса учащихся были подобраны 60 известных белорусских брендов (торговых марок), каждому бренду была дана характеристика и рассмотрено его происхождение, далее выполнена классификация по способу происхождения. Было любопытно узнать, что названия брендов могут быть сочетанием имен их изобретателей («Нелва») или могут быть образованы с помощью звучания звуков («Кука-Вака»).

Однако и семантическое исследование, и классификация брендов доказали, что белорусские компании для своих торговых наименований чаще используют способ заимствования иностранных слов («Идальго», «Термика», «Конте», «Верали», «Эделика», «Аллюр» и т.д.).

Дальнейшее исследование было направлено на изучение новых названий одежды и обуви. Состоялось знакомство с наукой этимологией. Далее с помощью интернет-статей, сайтов магазинов, словарей моды были подобраны 32 наименования популярной современной одежды и обуви, затем проведен опрос среди учащихся 9-11 классов, о том, знакомо ли им данное модное название одежды и обуви, известна ли этимология этого названия.

С точки зрения происхождения слов выяснилось, что все слова заимствованы («Бомбер», «Худи», «Лоферы» и т.д.) основной язык-источник – английский. Также было установлено, что в основном этимология названий учащимся неизвестна, что доказывает важность данного исследования. Правильная характеристика была дана только восьми названиям («Слаксы» – широкие брюки; «Худи» – толстовка с капюшоном и т.д.).

Таким образом, в результате проведенной работы была достигнута намеченная цель исследования, решены поставленные задачи и подтверждена гипотеза: индустрия моды находится в постоянном развитии, тем самым способствует обновлению группы иноязычных заимствований в русском языке. До сих пор не определено: могут ли заимствования изменить, обогатить или испортить облик русского языка. Будущее каждого слова, взятого взаймы, будет определено временем. Каждый термин проходит длинный путь, прежде чем принимается или отвергается языковым колоритом эпохи. Процесс овладения новыми словами определяется взаимодействием между различными культурами, которое порождает необходимость создания новых понятий и идей.

Заимствования – это итог взаимодействия между народами и странами. Именно для выхода на мировую арену и используют известные белорусские бренды в своих названиях иноязычные слова. Стоит отметить, что заимствования в русском языке занимают твердую позицию. Многие слова уже не исключить из языка, однако ими нельзя злоупотреблять. Ведь «бессмертие народа – в его языке».

Литература:

1. Назайкин, А. Брендинг и бренд, ребрендинг, бренд-аудит [Электронный ресурс] /А. Назайкин / www.nazaykin.ru. – 2013. – Режим доступа: http://www.nazaykin.ru/_branding.htm. – Дата доступа: 05.08.2023.
2. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: 100000 слов, терминов и выражений: [новое издание] / С. И. Ожегов; под общ. ред. Л. И. Скворцова. – 28-е изд., перераб. – М.: Мир и образование, 2015.
3. Уилсон, Э. Облаченные в мечты: мода и современность / Элизабет Уилсон; пер.с англ. Е. Демидовой, Е. Кардаш, Е. Ляминой. – М.: Новое литературное обозрение, 2012. – 288 с.
4. Ушаков, Д. Н. Толковый словарь русского языка Ушакова: современная редакция / Д. Н. Ушаков. – М.: Дом Славянской кн., 2008.