**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ**

**ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ПЯТИГОРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Высшая школа дизайна и архитектуры

Кафедра английского языка и профессиональной коммуникации

Курганова Екатерина Алексеевна

**ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕРМИНОВ В СФЕРЕ ДИЗАЙНА ОДЕЖДЫ И МОДЫ XX -XXI ВЕКОВ**

Курсовая работа, выполненная в рамках изучения дисциплины

«Теория иностранного языка»

Научный руководитель:

доктор. филол. наук,

 заведующая кафедры АЯ и ПК

Т.А.Ширяева

Пятигорск 2023

**Содержание**

Введение……………………………………………………………………...........3

Глава I. Характеристика англоязычной терминологии……………………………………………………….……………..5

1.1. Понятие англоязычной терминологии………………………………………………………………….......5

1.2. Работы ученых по проблеме англоязычной терминологии……………………………………………………………………...7

1.3. Типология англоязычных терминов…………………………………………………………………….........10

Выводы по главе I….……………………………………….……………………16

Глава II. Англоязычная терминология в сфере дизайна одежды и моды………………………………………………………..……………………..18

2.1. Спецификация дискурса моды………………………………………………………………………………18

2.2. Анализ текста дискурса моды на предмет выявления терминологических особенностей………………………………………………………………..........21

2.3. Хронология изменений англоязычной терминологии в сфере дизайна одежды и моды на рубеже XX -XXI веков……………………………….........26

Выводы по главе II...…………………………………..………………………...30

Заключение………………………………………………………………….........32

Библиографический список………………………………………….…….........34

**Введение**

С глобализацией заимствования из английского языка бурным потоком стали проникать не только в обыденную сферу жизни, но и профессиональную. И количество англоязычной терминологии, как правило, непереводимой на русский язык и иные языки, остается проблемной точкой в лингвистике.

Как известно сфера моды на рубеже XX - XXIвеков являлась и является основным стимулом для самовыражения, коммуникации и сотрудничества между людьми, то есть выступает одним из объектов глобального интереса. И единое понимание смысла при использовании терминов из сферы дизайна одежды и моды может создать уверенный и равноправный диалог.

Не отставать от модных тенденций людям, профессионально связанным с миром моды, чрезвычайно важно и для этого необходимо владеть соответствующей терминологией, которая могла и может быть интерпретирована на русский язык.

Актуальность исследования заключается в необходимости знать особенности англоязычных терминов в сфере моды русскоговорящим людям, являющимся обладателями данной профессии, и простым обывателям.

**Проблема исследования**: русскоговорящему человеку тяжело общаться, используя англоязычную терминологию, для описания явления или новшества в сфере моды без понимания смыслового значения этой терминологии.

**Объект исследования:** текст актуализирующий дискурс моды.

**Предмет исследования:** англоязычная терминология в сфере дизайна одежды и моды.

**Цель работы:** выявить особенности англоязычной терминологии в сфере моды.

**Задачи исследования:**

* рассмотреть понятие англоязычного термина;
* ознакомиться с научными трудами ученых по данной проблеме;
* определить структуру и функции термина в английском языке;
* проанализировать дискурс моды;
* рассмотреть особенности англоязычных терминов в дискурсе моды;
* проследить хронологию изменения терминов с XX -XXI века.

**Теоретическую основу** исследования составили научные труды таких лингвистов как Н. Б. Гвишиани; Х. Дж. Кокаерт; К. Гайвенис и др.

Исследовательская работа раскрывает проблемы лингвистики в области терминологии с позиции английского языка и направлена на ознакомление широкого круга русскоязычных читателей с особенностями структуры англоязычной терминологии в сфере дизайна одежды и моды.

Также научный труд может быть рекомендован к прочтению лицам, профессионально связанным не только с лингвистической и педагогической сферами деятельности, но и тем, в чьи профессиональные компетенции входит разработка дизайна одежды, поскольку знание терминов необходимо для уверенного использования в повседневной и профессиональной лексике.

В дополнение следует отметить, что все методические материалы, взятые за основу исследования, являются проверенными и соответствуют срокам хранения научной информации, что дает право исследовательской работе освещаться на различных научных конференциях.

**Гипотеза исследования**: Англоязычной терминологии в сфере дизайна одежды и моды характерны как словообразовательные, так и этимологические особенности. Это утверждение будет проверено в данной курсовой работе.

**Глава I. Характеристика англоязычной терминологии**

**1.1. Понятие англоязычной терминологии**

Как известно, терминология занимает ведущее место в языке, поскольку является наиболее интенсивно-развивающейся частью словаря, где перечень новообразований стремительно меняется, отображая масштабную вариативность систем терминов.

Из истории следует, что первые упоминания определения «терминология» датируются второй половиной XVIII века и принадлежат научным трудам *К. Г. Шутца*, однако, не получая должного развития, перестают быть объектами научного внимания и споров в течение длительного периода [Сусименко, Рождественская, 2012: С. 135.].

Лишь в первой половине XX века набирает свои обороты уже лингвистическое терминологическое течение, основоположником которого является *Д. С. Лотте*.

В трактовке такого автора как *Н. Б. Гвишиани* и других, под ***терминологией*** понимается раздел лексикологии, изучающий термины, то есть слова специального, научного, технического и других языков, которые придуманы, приняты или заимствованы для точного выражения особых понятий и наименования особых объектов [Гвишиани, 2023: C. 206.].

Итак, в основе понятия «терминология» лежит непосредственно значимый элемент «термин».

*B. М. Лейчик* дает следующее определение термина: «Термин лексическая единица определенного языка для специальных целей, обозначающая общее - конкретное или абстрактное понятие теории определенной специальной области знаний или деятельности» [Лейчик, 2007: С. 256.].

Следовательно, сегодня терминология считается более формальной дисциплиной, в объект изучения которой входит обозначение понятий, относящихся к конкретному виду человеческой (как правило, профессиональной) деятельности посредством исследования и анализа терминов в контексте для документирования и правильного использования их не только в письменной, но и в разговорной речи.

По словам ученого *К. Валеро-Гарсеса*, у терминологии, как и у любой другой дисциплины, имеются собственные теоретические принципы, в основу которых закладываются такие аспекты как:

* анализ понятий и концептуальных структур, используемых в предметной области деятельности;
* определение терминов, присвоенных понятиям в случае двуязычной или многоязычной терминологии;
* установление соответствий между терминами на различных языках;
* составление терминологии на бумаге или в базах данных;
* управление терминологическими базами данных;
* создание новых терминов по мере необходимости.

Таким образом, наличие теоретических аспектов подразделяет терминологию на те области, которые имеют опосредствованное отношение к изучению систем терминов.

Традиционно выделяют два типа терминологии:

* Специальная терминология, которая изучает ограниченное число терминов или имеет дело с одним термином;
* Систематическая терминология, которая исследует все термины в конкретной сфере деятельности [Valero-Garcés, 2005: P. 75.].

Специальная терминология пользуется спросом в профессиональной деятельности переводчик, где решением конкретной проблемы может выступать выбор значений определенного термина или же группы терминов. То есть по большому счету терминология имеет связь с переводоведением и, находясь в одном положении с ним, также преподается в университетах и переводческих школах. В крупных отделах и бюро переводов имеет место быть раздел терминологии, где специалисты-переводчики проводят ряд всевозможных терминологических исследований. Например, для разделения терминов и словосочетаний общего языка они используют принцип проверки определений, где выясняется, что каждая научная школа, отрасль разрабатывают терминологию, адаптированную к их характеру и методам.

Терминология отрасли науки представляет собой не столько совокупность ее терминов, сколько определенную систему, которая отражает систему ее понятий. Бытует мнение, что терминологические системы множественны и могут пересекаться друг с другом, так как некоторые термины принадлежат и другим терминологическим системам. И данный феномен не будет считаться отрицательным лишь в том случае, если остается неизменным значение терминов и их определений или в случае несовпадения отраслей знаний.

Ситуация двусмысленности возникает, когда ученые сталкиваются с ***синонимией*** терминов, где каждый склонен использовать термины отличные от общепринятых. И здесь возникает проблема и вариативность её решений.

Наиболее оригинальный способ решения данной проблемы предлагает такая наука как ***кибернетика***, выделяя единый словарь и набор понятий для самых разнообразных типов систем начиная от лингвистической, биологической коммуникативной и заканчивая различными профессиональными сферами жизнедеятельности людей.

Однако ученые до сих пор сталкиваются с проблемами лингвистической терминологии по типу открытых аналогий или связи между двумя областями, которые приводят к взаиморазвитию этих областей с еще большей дифференциацией, требующей грамотных подходов и исследований.

**1.2. Работы ученых по проблеме англоязычной терминологии**

Изучив работы *М.-К. Эльхомми;* *Х. Дж. Кокаерта* и *Ф. Стюрс; А. В. Ачкасова* и других ведущих лингвистов современности относительно проблемы англоязычной терминологии можно отметить активизацию исследовательского внимания в начале 2000-х годов, когда глобализация и последующая интеграция отдельных частей английского языка, в том числе и с русским языком, поспособствовала появлению большого количества заимствованной терминологии. Однако, ближе ко второму десятилетию XXI века, область переводоведения столкнулась с масштабной проблемой в лингвистике, связанной с терминологией английского языка. И с начала 2010 года по 2019 год, ученые не могли разработать единый понятийный аппарат для всей терминологии, поскольку активное появление новшеств в современных течениях жизнедеятельности дает толчок к развитию новых систем терминов.

 Однако, как замечает в своем научном труде *«Revisiting Polysemy in Terminology»* профессор Монреальского канадского университета *М.-К. Эльхомми*, с 2020 года специалисты в области терминологии начали вести активную работу по борьбе с возникшим явлением ***полисемии***, что означает многозначность, вариативность, наличие у слова большого количества значений и смыслов. Для этого ученые использовали принцип сокращения количества значений каждого термина. Следует добавить, что для удобства они также ввели дифференциацию по профессиональным и научным областям терминологии, которые теперь рассматриваются по отдельности и содержат перечень специализированной терминологии [L'Homme, 2020: P. 415–417.].

*Х. Дж. Кокаерт* и *Ф. Стюрс* – ученые Нидерландского Лёвенского католического университета в своей книге *«Handbook of Terminology»* замечают, что постоянные терминологические изменения и контекстуальное разнообразие открывает широкий спектр подходов, как стандартизированных, предписывающих, так и прототипных и пользовательских. Сегодня на этапе своего развития терминология по большому счету направлена на простого пользователя и основана на удобных для пользователя подходах к различным терминологическим явлениям, поиске, извлечении и анализе прежде всего в онлайн-корпусах, а также при создании терминологических баз основной целью которых, по словам авторов, является эффективное общение между экспертами одной предметной области на английском языке для конкретной цели или предложении определении терминов, которые сформировались на основе так называемого ***консенсуса***(способ решения проблеме посредством общего согласия) в международных органах по стандартизации терминологии.

Важно также отметить, что научный труд *Х. Дж. Кокаерта и Ф. Стюрса «Handbook of Terminology»* - в сокращении (HoT), является полноценным терминологическим справочником для простых обывателей, студентов, профессионалов, исследователей различных научных областей и планирует дальнейшее развитие и появление уже на интернет-платформах в виде ряда удобных приложений, содержащих различные терминологические темы, методику использования терминологии, а также переводную практику [Kockaert, Steurs, 2017: P. 453–456.].

 Возвращаясь к теме перевода следует отметить, что в своей работе *«Что переводчики делают с терминологией: Предписания против Представления»* исследователь Санкт-Петербургского государственного университета *А. В. Ачкасов* указывает на то, что терминологию нельзя путать с переводом. Людям, работающим в сфере перевода для специализированных текстов, нужна особая терминология, но это не значит, что в их компетенцию входит разработка терминологии или связь со всеми терминами специальной тематики.

 Автор утверждает, что переводом терминов с английского языка на другой является не подбор эквивалентных обозначений, а сбор обозначений, который используется носителями языка для описания концепции, и в случае неудовлетворенности данными обозначениями предложение альтернатив.

Несмотря на то, что переводчики не могут занимать позицию терминологов, зачастую различие между этими двумя группами профессионалов размыто. Однако не следует забывать, что в компетенции профессионалов в сфере перевода все же входит оперирование терминологией, а не поиск ее эквивалентов, что характерно для людей, относящихся к терминологической сфере [Ачкасов, 2013: С. 211–213.].

**1.3. Типология англоязычных терминов**

Как уже известно *термины* – это категория слов, которые относятся к конкретной научной области, искусству, технике и т.д., следовательно их следует рассматривать как целую систему языковых единиц, и именно поэтому специалисты из Амстердамского университета *Н. Ф. де Кейзер* и *А. Абу-Ханна*, а также специалист из Лейденского университета *Й. Цветслут-Шенк* выделяют ***терминологическую типологию*** как систему, которая объединяет понятия определенной предметной области и устанавливает их термины и определения.

Авторы утверждают, что большинство лингвистов зачастую путают такие термины как: «терминология», «тезаурус», «словарь», «номенклатура» и «классификация», которые можно отнести к типологии терминологических систем, согласно существующим стандартам их определений и взаимосвязям между ними. Для этого следует рассмотреть ключевые ***дефиниции*** (определения, описывающие смысл слова, фразы) данных терминов.

***Терминология*** — это перечень терминов, которые относятся к понятиям определенной предметной области.

***Тезаурус*** — это терминология с упорядоченной структурой терминов по алфавитному или систематическому принципу, в которой понятия могут описываться более чем одним (синонимичным) термином.

Список понятий, который в терминологии или тезаурусе сопровождается определениями называется ***словарем*** или ***глоссарием***.

***Номенклатура*** — это система терминов, образованных на основе преждевременно-установленных правил составления или являющаяся этими правилами составления новых сложных понятий.

***Классификация*** — это совокупность объектов или понятий, основывающихся на их существенных характеристиках и подразделяющиеся на классы [Keizer, Abu-Hanna, Zwetsloot-Schonk, 2000: P. 18.].

Существует довольно масштабный спектр классификации терминов, поскольку каждая группа лингвистов склонна предлагать свои собственные классификации. Но несмотря на это, наиболее рациональные способы распределения можно отметить у *К. Гайвениса.*

Учёный утверждает, что термины могут классифицироваться следующим образом:

1. в соответствии с их структурной формой (предметом, функцией, категорией);
2. в соответствии с терминологическими источниками: родные слова (то есть те слова, которые уже существуют, но становятся терминами), неологизмы (процесс создания новых терминов) и заимствованные слова (когда термины заимствованы из других языков);
3. в соответствии с категорией, к которой они принадлежат.

Также *К. Гайвенис* предлагает разбить термины, согласно их структуре, на две категории:

***Простые термины*** — это термины, которые состоят из одного слова с аффиксами или без них (**design**).

***Сложные термины*** – те, которые состоят из двух слов (**fashion design**) [Gaivenis, 2002: P. 134.].

По словам специалиста Каунасского университета *Э. Жаленяускене* терминообразование основывается на четырёх методах:

* Семантический – образование нового значения устоявшегося слова;
* Морфологический – образование термина путем сокращения существующего слова или объединение существующих слов и формообразующих элементов;
* Конверсивный – образование термина на основе изменения грамматического аспекта уже имеющегося слова;
* Заимствования – переход терминов от одного языка к другому.

Семантический метод предполагает изменение значения существующего слова за исключением его морфологии и грамматического

класса и включает:

 1) Принятие (изменение специфики значения слова с учетом его перво-

 начального устоявшегося значения);

1. Экспансию (формирование нового значения слова, но в меньшей степени основывающееся на устоявшемся значении);
2. Метафору (процесс формирования нового значения слова по аналогии с его устоявшимся значением);
3. Метонимию (применение названия одного предмета для обозначения, чего-то тесно связанного с ним), например «**skirt»**, что также означает девушку легкого поведения;
4. Эпонимию (расширение имени собственного до нарицательного, например **«macintosh»** - непромокаемый плащ; термин произошел от имени химика-изобретателя **C. Mackintosh**).

Семантическое изменение содержит в себе и различные виды неологизмов (применение новых слов, фраз или значений для старых слов).

Морфологическое изменение состоит из ряда процессов таких как:

1. Отсечение (сокращение слова до одной из его частей);
2. Композиция (аффиксация или деривация, сложение, комбинирование, смешивание, акроним и инициализация).

Рассмотрим подробно композиционные аспекты:

* Аффиксация или деривация, как явления, дают понять, что суффикс или префикс добавляются к основе для нового словообразования;
* Сложение — это словообразовательный процесс, при котором термин образуется из двух или более слов.

Они записываются тремя способами: а) соединение двух или более отдельных слов; б) дефисное соединение отдельных слов; в) самостоятельное, то есть одно слово.

* Смешивание — это образование термина из двух частей отдельных слов, например, «нейлоновая ткань» появилась путем смешения двух (**nylon = New-York + London**);
* Инициализмы — это термины, которые образованы из начальной буквы или букв определенного количества слов или частей слов и произносимые по буквам, например шведская компания одежды **H&M –** (**Hennes & Mauritz**);
* Акронимы образуются по тому же принципу, что и инициализмы, но произносятся как одно слово (**COS - Collection of Styles**).

Следует учитывать, что наряду с данными изменениями есть и ***аббревиатура***, когда целый ряд букв, соединенных из отдельных слов, содержит функцию расшифровки до словосочетания, содержащего данные начальные буквы (**SS – spring-summer**) коллекция одежды на теплые времена года).

Третий метод словообразования согласно *Э. Жаленяускене* – конверсия, процесс изменения грамматического класса слова, его значения за исключением морфологии слова.

 Последний метод образования терминов – заимствование, которое делится на:

* Прямое заимствование (заимствование из иностранного языка без изменений);
* Адаптированное заимствование (написание и произношение заимствованного термина адаптированы к языку);
* Перевод заимствования (перевод термина с иностранного на другой язык по буквальному или смысловому принципу, например, (**oversize - оверсайз**).

Как видно из подробного описания структуры и классификации терминов, есть необходимость изучать и создавать новые термины с целью обновлять английский язык и обогащать наш родной русский язык, делая обоих функциональными и используемыми в профессиональном и обыденном общении. Но для того, чтобы понять, как и для чего использовать терминологию, необходимо разобраться в том, какие функции несёт данная категория слов.

 Англоязычные термины несут множество функций, первая из которых называется ***номинативной (назывной)***. Номинативность означает, что человек, мысля категориями, в процессе познания призывает к новым понятиям (терминам) и самим явлениям, что тесно связано с ***когнитивной*** функцией «все явления, которые знаем, называем своими именами». Следует также отметить, что номинативная функция реализуется посредством описания предмета или явления (**carrot-leg jeans -** джинсы по форме похожи на морковь, так как у основания бедер свободны и постепенно сужаются к низу).

Коммуникативная функция терминов заключается в передаче определенного значения или опыта между людьми, как правило, одной профессиональной сферы, посредством терминов. Термин может содержать и обучающую функцию в составе коммуникативной. Все зависит от точности и однозначного терминологического значения (**chiconomics –** умение одеваться модно в финансовый кризис; **brand DNA –** характеристика бренда: принты, силуэты и идеи, которыми славится бренд). Данные термины широко распространены среди дизайнеров одежды и могут быть изучены простыми любителями одежды.

Прагматическая терминологическая функция представляет из себя некое воздействие на адресата с помощью смыслового содержания термина в целой терминологической системе определенной предметной области, деятельности, либо оценкой этого термина (**gladiators** – обувь/сандалии римского типа).

Наиболее сложной является метаязыковая функция. В её процесс входит истолкование смыслового содержания термина носителем одного языка для другого (речевой комментарий для убеждения в понимании термина). Важно подчеркнуть, что данная функция в повседневной жизни и профессиональной среде встречается довольно часто, поскольку практика показывает, что все ещё есть проблемы понимания разноязычных коммуникантов друг друга в речевом общении [Jaleniauskiene, 2011: P. 122–123.].

Рассмотрев перечень данных функций, следует в очередной раз под-

твердить доказательство того, что терминология является одним из господствующих и активно развивающихся основ английского языка.

**Выводы по главе I**

*Терминология* представляет собой раздел лексикологии, который занимается исследованием терминов и их систем, а также различных терминологических аспектов таких как: двуязычность и многоязычность терминологии; соответствия между терминами на различных языках; распределение слов в терминологических базах данных; процесс появления или создания терминов.

 Как и в любой другой научной области у терминологии есть свои подразделения: *специальная терминология*, изучающая ограниченное число терминов (пользуется спросом в профессии переводчика) и *систематическая терминология*, которая изучает все термины в конкретной сфере деятельности (распространена в терминоведении).

 Ключевыми проблемами по мнению ученых-терминологов считаются *синонимия* (использование других терминов наряду с общепринятыми) и *полисемия* (многозначность, наличие у одного термина нескольких значений и смыслов) которым специалисты предлагают решение в виде: 1) создания единого словаря понятий для различных терминологических систем; 2) принципа сокращения значений каждого термина; 3) дифференциации терминов по профессиональным и научным областям; 4) консенсуса (решение проблемы посредством общего согласия) в международных органах по стандартизации терминологии. Следует помнить, что переводчики оперируют терминологией, терминологи занимаются поиском эквивалентов для адаптации к другим языкам.

*Типология англоязычных терминов* характеризуется как система, объединяющая понятия определенной предметной области, устанавливающая их термины и определения.

К типам терминологических систем относят: *терминологию*; *тезаурус* (упорядоченная терминология по алфавитному или систематическому принципу); *номенклатуру* (система терминов, базирующаяся на образовании новых сложных понятий) и *классификацию*.

Выделяя необходимую терминологическую систему – *классификацию*, следует отметить, что термины могут классифицироваться в соответствии с их структурной формой (*простые* и *сложные* термины), терминологическими источниками (*родные слова, неологизмы* и *заимствованные слова*) и категорией, к которой они принадлежат (*термины, заимствованные из других языков*).

Существует четыре основных метода терминообразования: 1) *семантический*, который содержит: принятие, экспансию, метафору, метонимию и эпонимию; 2) *морфологический*, в который входят отсечение и композиция (аффиксация или деривация, сложение, комбинирование, смешивание, акроним, инициализация, аббревиатура); *конверсивный* и *заимствования*, подразделяющиеся на прямое, адаптированное и перевод.

Сложность процесса появления и образования терминов дают представление о функциональности этих слов. Они несут такие функции как: *номинативная* (присвоение «имени» новым понятиям, посредством терминов), *коммуникативная* (передача проф. Опыта посредством терминов), *прагматическая терминологическая* (воздействие на адресата смысловым значением термина) и *метаязыковая* (истолкование содержания термина носителями одного языка для другого).

Таким образом, англоязычная терминология является движущей силой английского языка с богатейшей структурой, стремительным темпом развития и коммуникативным объединением людей различных языковых сообществ и сфер жизнедеятельности.

**Глава II. Англоязычная терминология в сфере дизайна одежды и моды**

**2.1. Спецификация дискурса моды**

Дискурс моды является самым обсуждаемым и спорным явлением не только с точки зрения лингвистики, но и терминологии. И для того, чтобы понять, что представляет из себя данный феномен и почему содержит важный терминологический аспект, необходимо ознакомиться с его спецификацией.

По словам Нидерландского ученого *Т. А. Дейк* можно выделить две основные ***трактовки дискурса***:

1. Первая, она же более широкая, подразумевающая коммуникативное событие между коммуникантами в разговорном процессе определенного временного и пространственного контекста, как устного и письменного, так вербального и невербального;

2. Вторая, более узкая, предполагает разговор или текст в аспекте событий [Dijk, 2008: P. 3.].

Несмотря на то, что количество дискурсов множится, по словам *В. И. Карасик* на сегодняшний день можно выделить: ***персональный дискурс*** - обобщенное понятие для различных видов дискурсов, в которых личность говорящего господствует над принадлежностью ее к определенной социальной группе; ***институциональный дискурс*** - общение в заданных рамках статусно-ролевых отношений (например, *дискурс моды*) [Карасик, 2000: С. 22-24.].

*Ю.С. Болотова* утверждает, что также как и самостоятельное определение дискурса, ***дискурс моды*** может иметь широкую и узкую расшифровку своей структуры:

1. В широком смысле дискурс моды – это коммуникативное событие, которое происходит между производителем и потребителем моды в конкретный период времени с помощью СМИ, рекламы и маркетинга;

2. В узком смысле дискурс моды – это совокупность текстов, связанных между собой тематическим образом и отражающих реалии моды

[Болотова, 2011: С. 17.].

В статье *«Дискурс моды и его жанровая дифференциация»*, написанной *Ф. Л. Косицкой* можно подчеркнуть основные признаки дискурса моды:

1. Коммуникативная цель – демонстрация адресантом потребителю известных стилей, тенденций, новинок и направлений в сфере моды.

2. Три группы участников общения: а) адресанты в лице дизайнеров, стилистов и т.д.; б) адресаты – потребители и в) посредники между производителями и потребителями, а именно рекламные агентства, журналисты и магазины.

3. Ситуации общения - особенности коммуникативной среды: а) быстротечность; б) новизна; в) ориентированность на потенциальных заказчиков включая их характерные черты.

4. Формирование общения как способ демонстрации идеалов и ценностей конкретного временного промежутка, включающего процесс социализации, саморазвития, черты индивидуальности личности и регуляции общественного поведения.

5. Характер влияния – обладание несколькими уровнями психологического воздействия, то есть аффективным (воздействие на эмоции); когнитивным (передача информации и данных); конативным (воздействие на поведение) и суггестивным (внушение) [Косицкая, 2014: С. 25].

Авторы также приводят основные функции дискурса моды. К ним относят:

1. Информирующую функцию. Дискурс моды призван оповещать потребителей о новейших тенденциях в мире моды и освещать историю появления различных марок, вещей, стилей.

2. Коммуникативную функцию. Дискурс моды включает эффективность общения и является одной из форм коммуникации вербального и невербального характера.

3. Имидж, как определяющую функцию дискурса моды для помощи

потребителю в понимании всех аспектов и направлений модной сферы с целью создания собственного неповторимого образа.

4. Инструктирующую функцию, которая заключается в том, что дискурс моды позволяет понять процесс создания, производства и использования изделия.

5. Маркетинг-рекламную функцию дискурса моды. Оптимальное предложение товаров создается с учетом потребностей и предпочтений общественности.

6. Социальную функцию, дающую индивиду основание для социализации и возможности приобщиться к культурно-социальному мировому достоянию.

7. Регулятивную функцию, влияющую на поведенческий фактор личности в социуме.

8. Инновационную функцию. Дискурс моды побуждает к созданию и развитию новых стилей и направлений в модной сфере.

9. Эстетическую функцию. Дискурс моды удовлетворяет эстетические запросы общества [Болотова, 2011: С. 18.].

 Наиболее ярким примером, удовлетворяющим все функции дискурса моды является международная модная платформа «**Fashionunited**», в которой с 1999 года собрана огромная коллекция статей, публикаций и коллекций одежды, ознакомление с которыми рекомендовано не только профессионалам, но и простым обывателям.

Дискурс моды – ничто иное, как содержание не только различных понятий и элементов в моде, но и широкий спектр терминологического запаса, который создан для коммуникации и владения понятийным аппаратом удобным для людей профессии модного дизайна. Также для тех, кому просто интересны стильные явления в одной из самых востребованных сфер современности. И доказательством данному утверждению послужит непосредственный анализ текста на предмет выявления широкого спектра терминов.

**2.2. Анализ текста дискурса моды на предмет выявления терминологических особенностей**

Изучение терминологии в текстах дискурса моды также подразумевает исследование реального употребления языка, поэтому есть необходимость обратиться к одной из новостных публикаций *«Six reasons for designers to edit their runway collections»*, написанной *Д.-Э. Адегестом*.

Данная новостная публикация побуждает дизайнеров к редактуре их коллекций для подиума с целью прекращения расточительства ресурсов в мире моды [Adegeest, 2023.] и логичным образом содержит соответствующую терминологию, которую можно представить в виде таблицы.

**Таблица 1**

**Simple and complex fashion terms**

|  |  |
| --- | --- |
| **Simple** | **Complex** |
| **1.** Detail | **1.** Catwalk |
| **2.** Garments  | **2.** Over-production |
| **3.** Tunic | **3.** Wardrobe |
| **4.** Fashion  | **4.** T-shirt |
| **5.** Dress  | **5.** Novel style  |
| **6.** Shoes | **6.** Showroom  |
| **7.** Skirt | **7.** Showcase |
| **8.** Uniqueness | **8.** Fast fashion |
| **9.** Coat  | **9.** Fabric innovation |
| **10.** Outfit | **10.** Fashion industry |
| **11.** Boutique | **11.** Fast-paced |
| **12.** Print | **12.** Carbon footprint |
| **13.** Brand | **13.** Craftsmanship |
| **14.** Accessory  | **14.** Handbag |
| **15.** Image |  |
| **16.** Editor  |  |
| **17.** Collection |  |
| **18.** Fabric  |  |
| **19.** Resource |  |

В таблице содержится **45%** слов из сферы дизайна одежды и моды, взятых из общей терминологии текста.

Среди них **19%** сложных слов и **26%** простых слов.

Попробуем разобраться в их словообразовательных аспектах с опорой на параграф *1.3. (см. стр. 10-15).*

Распределив найденные в тексте термины на две основные категории, следует вновь упомянуть, что к *простым* терминам относятся те, которые состоят из одного слова, *сложными* принято считать термины, образованные с помощью объединения двух и более слов.

К вопросу о методах словообразования; следует затронуть каждый ранее упомянутый, взяв за основу найденные слова и разделив их на ключевые категории. Для этого следует обратиться к этимологическому словарю.

Итак, к семантическому методу словообразования по экспансийному принципу можно отнести такие слова как: «**brand (n.)»** первоначальное значение которого согласно старо-английскому трактовалось как «**fire, flame, destruction by fire; firebrand, piece of burning wood, torch** (огонь, пламя, разрушение огнем; головешка, кусок горящего дерева, факел)», тогда как сегодняшнее значение слова «**brand (n.)»** - «**a well-known trademark or company** (широко известная торговая марка или компания)».

Далее, согласно семантическому методу, такой термин как «**catwalk (n.)»**, можно отнести к морфологическому принципу словообразования, поскольку оно образовано от таких слов как «**cat (n.)** - кошка» и «**walk (v.)** - гулять», что первостепенно означает **«гуляющуюкошку**», однако с эволюцией значения данного слова появился так называемый **«подиум»**, метафорично описывающий процесс пластичной, подвижной ходьбы моделей (как кошек).

По принципу метонимии в семантическом методе образовывается термин «**T-shirt (n.)**», поскольку согласная буква «**T**», присоединяясь к слову «**shirt (n.)**» дефисным написанием, в графическом и переносном смысле, означает элемент одежды, а именно **футболку «Т» образной формы**.

К морфологическому методу: с позиции отсечения, можно отнести такие слова как: «**garment (n.)»**, поскольку первоначальная форма данного слова «**garnement (n.)**», где произошло отсечение старофранцузского инфикса **'ne'**, и образование нового слова, принадлежащего уже английскому языку; «**wardrobe (n.)**», первоначальная форма которого, согласно старому северо-французскому языку, – «**warderobe (n.)**», которое в своей структуре имеет два слова: «**war (v.)**» - «**perceive, watch out for** (воспринимать, следить за)» и «**robe (n.)**» - «**garment**» (одежда), присоединяющихся инфиксом **'de',** отсекающийся в процессе эволюции термина отсекается, оставляя два отдельных слова существовать как одно целое в английском языке.

С точки зрения композиции, а именно аффиксации, к морфологическому методу можно отнести слова: «**uniqueness (n.)**», где французское прилагательное «**unique (adj.)»**, произошедшее от французского языка, сочетается с английским суффиксом **'ness'**, обозначающим существительное в результате чего возникает новый термин, являющийся существительным в английском языке; «**outfit (n.)**», где префикс **'out'** присоединяется к глаголу «**fit (v.)**», что способствует образованию слова, являющегося существительным; «**over-production (n.)**», где предлог **'over'**, имеющий смысл преодоления/переступания через что-то, присоединяется к существительному «**production (n.)**» с помощью дефисного написания.

К сложению в морфологическом методе можно отнести такие слова как: «**craftsmanship (n.)»** по принципу соединения отдельных слов, а именно «**crafts (n.)**» + «**man (n.)**» + «**ship (n.)**»; «**handbag (n.)**», которое в своей структуре содержит два существительных «**hand (n.)**» и «**bag (n.)**», объединенных в одно слово; «**fast fashion (n.)**», где формируются слова «**fast (adj.)**» и «**fashion (n.)**» в полноценный термин, но могут существовать отдельно друг от друга, также как и термин «**fashion industry (n.)**», где присоединяются «**fashion (n.)**» и «**industry (n.)**»; «**carbon footprint**», содержащее слова: «**carbon (n.)**», «**foot (n.)»** и «**print (n.)**» и «**fabric innovation (n.)**», которое строится по формуле: «**fabric (n.)**» + «**innovation (n.)**», то есть сложность данных терминов заключается в частичной самостоятельности слов, которые они включают в свою структуру, называясь терминологическими словосочетаниями.

К сложению в морфологическом методе с позиции дефисного соединения отдельных слов можно отнести термин «**fast-paced (n.)**», поскольку он образован от прилагательного «**fast (adj.)**», присоединенного к глаголу «**pace (v.**)» в прошедшем времени + **'ed'**, что дает начало слову являющемуся существительным.

 К конверсивному методу можно отнести такие слова как: «**showroom (n.)** (выставочный зал)», поскольку оно образовано от разных частей речи «**show (v.)**»(показывать) + «**room (n.)**»(комната), соединенных в один полноценный термин, ставший существительным; «**showcase (n.)**»(витрина), так как оно образовано с помощью присоединения «**show (v.)**»(показывать) и «**case (n.)**»(коробка).

К заимствованиям можно отнести, с позиции прямого заимствования, такие слова как: «**detail (n.)», «boutique (n.)», «image (n.)», «collection (n.)»**, так как термины заимствовались из старофранцузского и французского языков без изменений, а также группа слов, относящихся к латинскому языку: «**editor (n.)**».

К адаптированным заимствованиям следует отнести такие слова как: «**print (n.)**», поскольку первоначальная форма данного слова, согласно старофранцузскому языку – «**preinte (n.)**», в процессе заимствования адаптирована по написанию и произношению к английскому языку; «**skirt (n.)**», образованное от древнескандинавского слова «**skyrta (n.)** – **shirt, a kind of kirtle**»(рубашка, что-то вроде киртла) и прошедшее процесс адаптации к языку не только по написанию и произношению, но также и по своему значению «**skirt=юбка**»; «**accessory (n.)**», которое происходит от французского слова «**accessorie (n.)**» и адаптировано к английскому языку путем замещения французского окончания **'ie'** на английское **'y'**. Однако следует учитывать, что во множественном числе окончание **'ie'** сохраняется, но также добавляется окончание **'s',** характерное для множественного числа в английском языке. Поэтому не следует забывать о склонении, в котором термин будет представлен в форме «**accessories (n.)**»; «**resource (n.)**», пришедшее из французского языка в первоначальной форме «**resourse (n.)**» и адаптированное к английскому языку с помощью замещения французского окончания **'se'** на английское **'ce'**; «**tunic (n.)**» термин, который также произошел от старофранцузского языка с формой «**tunique (n.)**», исключающей суффикс **'que'**, в процессе адаптации и замененный на английское окончание **'c'**, что касается и слова «**fabric (n.)**», первоначальная форма которого была «**fabrique (n.)»**; «**dress (n.)»**, произошедшее от латинского слова «**directus (n.)**» и в процессе адаптации к английскому языку полностью изменившее свою форму, также как и старофранцузский термин «**cote (n.)**», который в последствиях стал «**coat (n.)**», характерным для англоязычной формы; «**fashion (n.)**», как адаптированная версия старофранцузского термина «**fasoun (n.)**», с помощью диграфа **'sh'** и суффикса **'ion'**; «**luxury (n.)**», поскольку произошло от Старо-Французского термина – **«luxurie (n.)»** и адаптировано к английскому языку путем замещения французского окончания **'ie'** на английское - **'y'**.

Подробный анализ формообразования терминов показал, что большая часть терминов из мира моды и дизайна, обозначенная в английском языке, носит заимствованный адаптированный характер. В число языков, которым принадлежат выше представленные слова, входят: древнескандинавский, старофранцузский, староанглийский, французский языки. Однако следует помнить, что терминология в сфере дизайна одежды и моды намного богаче и с нынешними тенденциями появляется все больше слов, относящихся именно к английскому языку. Проследить подобную линию изменений поможет дальнейшее исследование специальной терминологии.

**2.3. Хронология изменений англоязычной терминологии в сфере дизайна одежды и моды на рубеже XX -XXI веков**

 Следует учитывать, что термины изменяются по тому же принципу, по которому они образовываются. Исследование, проведённое в прошлой главе, показало, что *семантический, морфологический, конверсивный и заимствованный методы* словообразования служат источниками появления совершенно новых языковых единиц или служат расширению их смыслового значения. Также принято выделять ещё два способа, а именно ***первичное образование терминов*** и ***вторичное образование терминов***.

 Ранее не были упомянуты данные подходы к появлению новых слов, поскольку их можно определить как вспомогательные способы, дающие более ясную картину изменения языковых единиц.

Итак, простыми словами, к *первичному* словообразованию можно отнести ряд терминов, которые до какого-то периода времени не существовали, однако, появившись, не подверглись изменениям, то есть сохранили свою устойчивую форму и смысловую нагрузку. К *вторичному* словообразованию можно отнести те слова, которые появились, но претерпевают процесс изменений, подразумевающий появление нового значения термина или его формы [Jaleniauskiene, 2011: P. 122–123.].

Раскрывая данный вопрос, стоит обратиться к работе *А. Свацки*.

 Автор статьи кратко излагает характерные черты моды сквозь призму XX–XXIвеков [Swatski, 2023.], затрагивая необходимую терминологию, которая изменилась и продолжает изменяться через каждое десятилетие под воздействием множества факторов и событий.

 Обратимся к 1900 году - рассвету современной моды, где появляется

большое количество слов таких как: **blouses** (франц.)**, сorset** (франц.)**, underneath** (стар.англ)**, sack coat** (стар.франц.)**, lounge coat** (стар.франц.)**,**

**pants** (стар.англ.)**, fitting** (стар.скан.)**, dress** (лат.)**, shirts** (стар.англ.). Все эти слова заимствованы из французского, староанглийского, скандинавского и латинских языков, что отражает смешанную природу появления терминов. Однако большинство терминов из мира моды принадлежат французскому языковому сообществу.

Также в данном периоде присутствуют первичные (**blouses, corset, underneath**) и вторичные термины (**sack coat, lounge coat**).

Взглянув уже на термины 1910 года: **hats with large brims** (стра.англ.), **sneaker** (ам.англ.), **high heels** (стар.англ), **suit** (стар.франц.), **skirt** (древ.сканд.), **coat** (стар.франц.), **blazer** (ам.англ.), **ankle-length pants** (стра.англ.), **cuffed** (швед.); видно, что количество французской заимствованной терминологии сократилось примерно на две единицы, уступая терминологии староанглийского языка, наряду с которым, прослеживается новое ветвление американских английских терминов.

 Термины 1920 года: **casual dress** (франц.), **gingham** (голланд.), **plaid** (шот.), **vertical stripe** (голланд.), **solids** (среднеангл.), **flapper style** (фран-англ.), **sportswear** (фран.англ)**, sweater** (англ.), **sweater vest** (фран-англ.), **suit jacket** (стар.франц.) продолжают становиться вторичными, например **suit** **jacket, sweater vest** (произошедшие от **sweater** и в этом же периоде, прошедшие процесс трансформации) и обновляться путем появления новых терминов большинство из которых, снова приходят из Французского языка.

1930 год богат такими терминами как: **dress** (латин.), **floral patterns** (фран.англ.), **makeup** (англ.), **fedora** (ам.англ.), **trench coat** (стар.франц.), **sport suit** (фран-англ.), **pants cuffed** (англ.), **casual** (фран.). Наглядным образом представлены слова, которые следует назвать классическим в мире моды (**dress, coat, pants, casual**), поскольку больше пары десятилетий они продолжали и продолжают неизменно существовать в языке в своём первоначальном значении, следовательно, вошли в число употребляемых на постоянной основе.

В военный период 1940-х годов появляются слова, содержащие назва-

ния тканей, а также общепринятых слов: **nylon** (амер.англ), **fabric** (стар.франц.), **cotton** (стра.франц.), **rayon** (франц.), **jacket** (стра.франц.), **blouses** (франц.), **sweater** (англ.), **cuffed** (англ.), **casual dress** (франц.); здесь, тенденция сводится к некоторому возвращению к терминам из прошлых десятилетий, соответственно к «моде» на вещи, которые символизируют данные понятия (**blouses, cuffed**). Делая микровывод, следует подчеркнуть, что терминология в сфере дизайна одежды и моды подобна системе живых организмов, вновь возрождающихся, активно проявляющих себя и переходящих в стадию угасания.

В послевоенное время - 1950-е годы, терминология по большей части остается неизменной: **sportswear** (англ.), **pants** (англ.), **dress** (лат.), **jeans** (франц.), **white shirt** (сред.англ.), **leather** (стар.англ.) **jacket** (стар.франц.), **casual suit** (франц.); но процесс возникновения новых терминов в данном периоде (**jeans, leather**), как и в последующих говорит о том, что есть некоторая устойчивая тенденция к непрерывному заимствованию новых слов или возвращению старых (в случае если процесс интеграции языковых единиц носителей разных культур претерпевает кризис, как это можно проследить в 40-е года).

Внезапно возникшее в 1960 году движение *хиппи*, послужило поводом образования новых терминов в моде - **tie-dye** (стар.англ.), **bell-bottom pants** (стар.англ.) (вторичное изменение), но с сохранением классических слов: **skirts** (древ.сканд.), **high-heeled shoes** (стар.англ.).

1970 год продолжает обогащаться количеством терминологии *хиппи*: **midi** **skirt** (фран. -древ.сканд.), **maxi dress** (фран.-лат.), **choker** (англ.), **headband** (стар.англ.), **bell-bottom pants** (англ.), **satin shirt** (фран.-англ.), **tie-dye** (стра.англ.), **flannel shirt** (англ.), **bright colors** (англ.). Но позднее в этот период движение *хиппи* обретает новую форму – **disco** (амер.англ.).

И в 1980 году используется большое количество терминологии цветов и устоявшиеся в мире моды термины: **bright color (англ.), neon color (англ.), casual clothing** (фран.-англ.), **exercise clothing** (фран.-англ.), **suit jacket** (фран.)**, casual T-shirt** (фран.-англ.), **leather jackets** (англ.-фран.)**, jeans** (фран.).

 В 1990-х годах повысился спрос на джинсы вследствие чего, возникло модное направление – **denim** (фран.). Также активно использовался термин **flannel shirts**. Важно отметить, что, являясь переломным кризисным этапом, 90-е годы фактически не привносили заимствованные термины первичной основы, а также термины, которые могли бы стать вторичными.

Начало XXI века, а именно 2000-е годы выступают как процесс объединения всех терминов мира моды для профессиональной деятельности дизайнеров и простых жителей мира моды, которые стремятся преуспеть за трендами и использовать необходимые слова: **fast fashion** (англ.-фран.), **brand (стра.англ.), online fashion** (англ.-фран.), **boho** (сред.лат.), **bohemian** (фран.), **asymmetrical tops** (грек.-амер.англ.), **maxi skirts** (фран.-древ.сканд.), **hipster fashion** (англ.-фран.). От начала двухтысячных, сфера моды не имеет границ, а значит содержит разнообразные стили с категоризацией конкретных терминов, относящихся к ним. Вдобавок ко всему, появляются первые онлайн платформы и магазины, осуществляющие процесс оповещения людей с потребительской точки зрения.

 В 2010-х годах некоторые термины, стали образовываться от слова **jeans** (фран.): **jeggings** (англ.)**, leggings** (англ.). Также в число используемых вошли термины: **athleisure** (англ.), **street style** (фран-англ.), как символ свободы самовыражения и жизни.

 Благодаря активному развитию интернет сетей в 2020 году появляются термины: **oversized** (англ.), **boyfriend blazer** (англ.), **babydoll shoes** (англ.), **carrot-leg jeans** (фран.-англ.), **plus-3 rule** (англ.), **tinyties (амер.англ.), blanket dress** (стар.фран-лат.), **vintage** (стар.фран.); на основе различных бытовых ассоциаций и вторичного образования.

**Выводы по главе II**

Существует *персональный дискурс* (концепт «я» является господствующим наряду с социальной принадлежностью к конкретной группе коммуникантов) и *институциональный дискурс* (общение в рамках статусно-ролевых отношений, к чему можно отнести дискурс моды).

*Дискурс моды* как явление в узком и широком смысле представляет собой коммуникацию (устную, письменную, вербальную, невербальную) в конкретном промежутке времени между людьми относительно темы моды и, несомненно, перечень текстов, разговоров, содержащих модные тенденции и дизайнерские инструкции в аспекте времени.

К ключевым признакам дискурса моды следует отнести: 1) *коммуникативную цель* (демонстрация потребителю стилей и новинок); 2) *три группы участников* (адресанты – дизайнеры, адресаты – потребители, посредники – рекламные агентства, журналисты и магазины); 3) *ситуации общения* (быстротечность, новизна, ориентированность на потенциальных заказчиков); 4) *формирование общения* (демонстрация идеалов, побуждающих к саморазвитию, социализации); 5) *характер влияния, то есть психологическое воздействие* (аффективное – воздействие на эмоции, когнитивное – передача информации и данных, конативное – воздействие на поведение, суггестивное – внушение).

Дискурс моды выполняет 9 функций: информирующую, коммуникативную, имидж как определяющую функцию, инструктивную, маркетинг-рекламную, социальную, регулятивную, инновационную и эстетическую.

Тексты дискурса моды оснащены всевозможной англоязычной терминологией дизайна одежды, одну половину которой можно обозначить как «простые слова», другую - как «сложные», в зависимости от специфики построения данных терминов.

Терминообразование базируется на этимологии и построении слов с

позиции языка передающего и языка заимствующего, что прослеживается в процессе распределения по методам терминообразования англоязычных слов сферы моды.

Результатом данного распределения становится наибольший процент заимствований, адаптированных к английскому языковому сообществу в основном из французского и латинского языков.

С изучением хронологии изменений англоязычных терминов сферы дизайна одежды и моды на рубеже XX-XXI веков приходит осознание относительно *первичности* (слова продолжают существовать без изменений в форме и смысловом содержании) и *вторичности* (слова, меняющиеся через определенный промежуток времени по структурно-функциональному принципу) терминообразования.

Следовательно, англоязычную терминологию можно определить как совокупность *гибких элементов*, подвергающихся частичному или полному изменению под влиянием всевозможных лингвокультурных факторов, которые с течением времени образовывают новые термины посредством их вторичной трансформации.

**Заключение**

В ходе проведенного исследования была достигнута цель и выполнены основные задачи курсовой работы:

— исследовано понятие англоязычного термина;

— проанализированы научные труды ученых по данной проблеме;

— определена структура и функции термина в английском языке;

— проанализирован дискурс моды;

— выявлены особенности англоязычных терминов в дискурсе моды;

— прослежена хронология изменения терминов с XX-XXI века.

 С опорой на научные труды выдающихся лингвистов и терминологов современности, удалось прийти к умозаключению о том, что *англоязычная терминология в сфере дизайна одежды и моды* является неотъемлемой и наиболее прогрессирующей частью в языке европейского сообщества за счет образования новых форм и появления большого количества заимствований.

На основе проанализированного текста, актуализирующего дискурс моды, можно прийти к выводу о том, что англоязычная терминология обладает такими особенностями как:

— изменение формы и смысла слов под влиянием семантических, морфологических, конверсивных характеристик терминологии, а также факторов заимствования;

— процесс трансформации слов от первичности до вторичности с учетом лингвокультурологических особенностей;

— наличие большого количества слов, имеющих французское, латинское и древнескандинавское происхождения;

— взаимосвязь слов и хронологических перемен в моде, диктующих условия сохранения, изменения и упразднения терминов.

 Данный анализ подтверждает гипотезу исследования относительно ключевых особенностей англоязычной терминологии в сфере дизайна одежды и моды.

 Решением проблемы в курсовой работе является подробное описание терминологических процессов с опорой на конкретные примеры, позволяющие с легкостью обосновать любое явление и событие с точки зрения лингвистики в сфере моды. Также наиболее важным и удобным является наличие в работе выводов по каждой главе, в содержание которых входит кратко изложенная информация с итоговыми заключающими тезисами, понятными и доступными как для людей, профессионально связанных с миром моды, так и простых интересующихся и не упускающих модные тенденции.

 Таким образом, *терминология* – это важный аспект в коммуникации, особенно когда речь идёт об общении между двумя представителями разных культур и языковых сообществ, сплоченных наиболее актуальными интересами современного общества.

**Библиографический список**

1. Ачкасов А. В. Что переводчики делают с терминологией: предписания vs. Выступление / А. В. Ачкасов // Вестник Сибирского федерального университета. Гуманитарные и социальные науки. – 2013. – № 7. – С. 211–213.
2. Болотова Ю. С. Аксиологический аспект дискурса моды / Ю. С. Болотова // Вестник МГОУ. Серия «Лингвистика». – 2011. – № 4. – С. 17–18.
3. Гвишиани H. Б. Современный английский язык: лексикология: учебник для вузов / H. Б. Гвишиани – 3–е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт. – 2023. – C. 206.
4. Карасик В. И. О типах дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр. Волгоград: Перемена. – 2000. – С. 22–24.
5. Косицкая Ф. Л. Дискурс моды и его жанровая дифференциация. / Ф. Л. Косицкая // Вестник ТГПУ. – 2014. – № 4. – С. 25.
6. Лейчик В. М. Терминоведение: предмет, методы, структура. / В. М. Лейчик // Москва. – 2007. – C. 256.
7. Сусименко Е. В. Проблемные аспекты в определении научного термина и его свойств / Е. В. Сусименко, С. В. Рождественская // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2012. – № 1. – С. 135.
8. Adegeest D.–A. Six reasons for designers to edit their runway collections / D.–A. Adegeest // Fashionunited. – 2023.
9. Dijk T. A. Discourse and Context / T. A. Dijk. Pompeu Fabra University Barcelona. – 2008. – P. 3.
10. Jaleniauskiene E. Insight into the Latest Computer and Internet Terminology / E. Jaleniauskiene // Kalbų studijos // Studies about languages. – 2011. – P. 122–123.
11. Gaivenis K. Lietuvių terminologija: teorijos ir tvarkybos metmenys / K. Gaivenis // Vilnius: Lietuvių kalbos institutas. – 2002. – P. 134.
12. Kockaert H. J. Handbook of Terminology / H. J. Kockaert, F. Steurs. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. – 2017. – Vol. 1, № 5. – P. 453–456.
13. Keizer de N. D. Understanding Terminological Systems I: Terminology

 and Typology / N. D. de Keizer, A. Abu-Hanna, J. Zwetsloot-Schonk // Methods Inf Med. – 2000. – Vol. 39, № 1. P. 18.

1. L'Homme M.–C. Revisiting Polysemy in Terminology / M.–C. L'Homme // Conference: Euralex 2020. Lexicography for InclusionAt: Alexandroupolis, GreeceVolume: Z. Gavriilidou, M. Mitsiaki, A. Fliatouras. – 2020. – Vol. 1, № 19. – P. 415–417.
2. Swatski A. The history of fashion: from the 1900s to today / A. Swatski // Connecting fashion entrepreneurs & innovation worldwide. – 2023.
3. Valero-Garcés C. Terminology and Ad hoc Interpreters in Public Services. An Empirical Study / C. Valero-Garcés // Jostrans. The Journal of Specialised Translation. – 2005. – № 3. – P. 75.
4. Stay curious. Discover stories, thinking, and expertise from writers on any topic [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://medium.com/>, свободный. – (дата обращения: 13.04.2023).
5. Tipings - Ask and answer question [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tipings.com/>, свободный. – (дата обращения: 14.04.2023).
6. Online Etymology Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://www.etymonline.com/>, свободный. – (дата обращения: 14.04.2023).

1. Englopedia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://englopedia.com/english-linguistics-terminology-glossary/>, свободный. – (дата обращения: 15.04.2023).
2. Essay Samples for College [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<https://owlrangers.com/the-history-and-future-of-the-english-terminology/>/,

свободный. – (дата обращения: 16.04.2023).

1. Fashion Terminologies [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fashionterminologies.com/>, свободный. – (дата обращения: 16.04.2023).
2. Fashionunited [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://fashionunited.com/](https://fashionunited.com/news/fashion/six-reasons-for-designers-to-edit-their-runway-collections/2023022752515) , свободный. – (дата обращения: 20.04.2023).