

РЕФЕРАТ

Год: 2020

Тема выпускной квалификационной работы: Мода как социальный процесс в терминах языка

Автор ВКР: Мальцева Анна Сергеевна

Научный руководитель ВКР: кандидат филологических наук, профессор кафедры германистики и межкультурной коммуникации Морозова Маргарита Евгеньевна

Специальность/направление подготовки: 45.03.02 - Лингвистика (профиль: Теория и практика межкультурной коммуникации)

Уровень обучения: бакалавриат

Институт или Высшая школа: Институт романо-германских языков, информационных и гуманитарных технологий

Кафедра: германистики и межкультурной коммуникации

Сведения об организации-заказчике: кафедра германистики и межкультурной коммуникации ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет»

Актуальность темы исследования связана в первую очередь с тем что, в лингвистике термину «мода» как социально значимому явлению в действительности не было уделено достаточного внимания. При этом сами «модные» средства выражения, взятые в качестве научного объекта, демонстрируют свою лингвосоциальную специфику.

Цель работы - изучение социальной значимости языковых средств, участвующих в организации языка «мода».

Задачи:

1. исследовать понятие «мода» в рамках социокультурной среды;
2. выявить и описать способы формирования ключевых терминов языка моды;
3. охарактеризовать функции данных терминов с помощью описания актуальной социокультурной среды;

4. выявить степень влияния данных функций на становление «модной» терминологии;

5. изучить понятие «тренд» и проследить способы его формирования с лингвистической точки зрения.

Теоретическая значимость данного исследования заключается в его вкладе в изучение современной немецкой терминологии моды, как в целом, так и в частности. Полученные результаты акцентируют социальные функции наименований в языке моды и способы их формирования.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его результатов в составлении словарей/глоссариев моды или гидов по «модным» терминам. Более того, материалы и выводы данной работы применимы для дальнейших исследований языка моды в целом и ее терминологии в частности.

Результаты исследования:

1. Выделены и описаны основные социальные функции языка моды;
2. Мода является социальным выражением людей, основной функцией которой является коммуникация.
3. Модные журналы дают конкретные инструкции и диктуют правила ношения путем использования языковых средств: существительных, прилагательных и глаголов, на основе которых конструируются маркеры социальной функции моды.
4. Каждый день возникают новые «модные» термины, которые в ходе обновления формируют новые обозначения и определяют новые тренды.
5. Примеры, взятые из модных журналов, показывают, что имена существительные и прилагательные повышают привлекательность продукта в глазах покупателя.
6. Основными целями языка моды является применение непринужденного и спонтанного эффекта, а также привлечение внимания и получения удовольствия от чтения.

7. Заимствования направлены на привлечение внимания потребителя и информирования его о модных новинках и тенденциях в моде.

Рекомендации: выводы работы могут быть полезны в преподавании немецкого языка, главным образом в области лексикологии. Отобранный материал исследования может быть использован при составлении русско-немецкого словаря/гlossария в области моды.