



## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Предисловие .....</b>	<b>4</b>
<b>Unit 1. In the World of Anglicisms.....</b>	<b>6</b>
<b>Unit 2. In the World of Fashion.....</b>	<b>25</b>
<b>Unit 3. In the World of Advertising .....</b>	<b>38</b>
<b>Unit 4. In the World of Gastronomy .....</b>	<b>51</b>
<b>Keys to the Exercises.....</b>	<b>67</b>

# ПРЕДИСЛОВИЕ

Надоели скучные учебники? Вы погрязли в рутине и вам неинтересно учиться? Хотите узнать что-то новенькое, что раньше не знали? Освоить то, что раньше не изучали? Найти нескучный источник знания, который приведет к новым открытиям и ярким впечатлениям? Если это действительно так, то эта книга для вас. С ней процесс обучения станет радостным и вдохновляющим, а полученные знания не раз пригодятся вам в реалиях современной жизни. Благодаря этой книге вы существенно расширите свой лексикон, повысите эрудицию, откроете для себя новые, современные понятия, термины и тренды.

Как известно, формирование словарного запаса является одной из важнейших задач обучения иностранному языку. Чем больше лексики вы знаете, тем увереннее вы чувствуете себя в языковом пространстве. Обширный словарный запас — это гарантия того, что вы всегда сможете быть понятыми и легко сориентируетесь в ситуациях, где требуется знание языка.

Еще учась в школе, я обратила внимание на то, как интересно некоторые учителя преподают английский язык. С одной стороны, они, как и все, следовали учебному плану, давая тот учебный материал по программе, который требовался, но почему-то их уроки не были скучными и шаблонными. Им удавалось сделать каждое занятие незаурядным и увлекательным.

Прежде всего, они всегда старались расширить наш кругозор и повысить общую культуру. Например, обучая английской лексике, учителя обращали внимание на любопытное происхождение слов, рассказывали об исторических фактах, связанных с появлением тех или иных выражений, знакомили с традициями и обычаями стран изучаемого языка, предлагали к обсуждению интересные, актуальные темы. Взаимосвязанность преподаваемого языкового материала с познавательной информацией и увлекательными сведениями из разных областей знаний, несомненно, способствовала повышению учебной мотивации.

Предлагаемая читателям книга как раз и призвана не только обогатить словарный запас изучающих английский язык, но и существенно расширить их кругозор. А еще подарить отличное настроение и мотивировать к дальнейшему совершенствованию в области современного английского языка.

Благодаря этой книге вы узнаете, что такое англицизмы, и впоследствии уже не перепутаете “апсайклинг” и “ресайклинг”, “клининг” и “кастинг”, “рекрутинг” и “ребрендинг”. Усвоите, что значит чилить, мониторить, апрувить, шазамить, ловить вайб и понимать чей-то консёрн. Знание заимствований, а также оригиналов современных англицизмов

позволит вам звучать модно, современно, быть в курсе новых веяний и явлений и в то же время понимать, где англицизмы уместны, а где нет.

Также вы познакомитесь с лексикой мира моды, пополните свой словарный запас популярными словами и выражениями и легко сможете отличить fashion statement от fashion icon, high fashion от high street fashion, selfie от shoefie. Узнаете, в чем разница между шортами и джортами, леггинсами и меггинсами, кардиганом и котиганом, шакетом и жакетом, аутфитом и граутфитом.

Тема, посвященная рекламе, раскроет вам, чем джингл отличается от слогана, билборд от суперборда, тизер от трейлера, TV commercial от infomercial. Вы поймете, что такое продакт-плейсмент, пэкшот и шелф-токер, какова суть таргетинга, где появляются пуш-уведомления и какую рекламу в интернете называют небоскребом.

А еще книга расскажет вам, чем фаст-кэжуал отличается от фастфуд, флекситарианство от вегетарианства, суперфуды от обычных продуктов, а рестораны-призраки от традиционных ресторанов. Выясните, кто такой титестер, почему фуди и гурманы — это не одно и то же, откуда мы знаем про напиток комбуча и что означают такие гастрономические понятия, как моноресторан, моктейль, тамаринд, яйца в облаках, пончики-спагетти и сырный чай.

Все темы, представленные в пособии, актуальны, интересны, полезны и, несомненно, повышают эрудицию.

Данное учебное пособие состоит из четырех разделов:

1. In the world of anglicisms (В мире англицизмов);
2. In the world of fashion (В мире моды);
3. In the world of advertising (В мире рекламы);
4. In the world of gastronomy (В мире гастрономии).

Каждый раздел включает в себя познавательную статью с авторскими размышлениями на изучаемую тему (со статьи уже начинается введение новой лексики), а также разнообразные упражнения на усвоение изучаемого материала (11 заданий в разделе, каждое из которых состоит из 11 пунктов). В конце пособия предлагаются ключи ко всем упражнениям и пояснения к некоторым словам и выражениям.

# UNIT 1. IN THE WORLD OF ANGLICISMS

Интересно, сможете ли вы понять следующие предложения?

1. *Фэшиониста гуглит тотал вайт лук.*
2. *Чекни инфу о кастинге в ситком.*
3. *Фолловер лайкнул пост тревел-блогера.*
4. *Кульный мэн денсит с бизнесвумен.*
5. *Гёрлфренд фешен-дизайнера юзает фотошоп.*

Вроде бы все слова в этих предложениях написаны по-русски — русскими буквами, но звучат не совсем понятно для обычного человека. Все дело в том, что данные предложения составлены исключительно из англицизмов (*anglicisms*) — заимствований из английского языка (*borrowings from English or English loanwords*). Как известно, русский язык находится в постоянном развитии и неразрывно связан со всем, что происходит, меняется и возникает в мире. Процесс заимствования далеко не молод, он идет с давних времен. Сейчас уже никого не удивляют такие слова, как текст (*text*), джентльмен (*gentleman*), матч (*match*), футбол (*football*), офис (*office*), кроссворд (*crossword*), документ (*document*), компьютер (*computer*), а ведь все они пришли к нам из английского языка.

Появление англицизмов связано с разными причинами. Во-первых, в родном языке может отсутствовать слово для обозначения нового понятия или явления. А с интенсивным развитием технологий и общества в целом необходимо постоянно давать названия возникающим предметам, идеям и процессам. Во-вторых, слова родного языка могут не всегда точно отражать смысл некоторых понятий или явлений. В-третьих, иногда с помощью англицизмов можно выразить мысль короче или проще. В-четвертых, англицизмы помогают разнообразить языковые средства, создают новые синонимы. В-пятых, они играют большую роль в специализации ряда терминов или понятий. И наконец, употребление англицизмов считается модным, современным и престижным. Используя такие слова, вы, несомненно, привлечете к себе внимание.

Что касается видов англицизмов, к ним можно отнести:

- 1) прямые заимствования — когда звучание в родном языке совпадает с написанием в английском, например, как в слове «спорт» (*sport*);
- 2) иноязычные термины — те, что пришли к нам из другой культуры, например принтер (*printer*) — устройство для печати информации с компьютера на бумагу;
- 3) кальки — слова, похожие по звучанию и написанию, к примеру меню (*menu*);
- 4) гибриды — слова, которые образуются путем присоединения к иностранной основе приставки, суффикса или окончания, как, напри-

- мер, слово «креативный» (*creative*) — созидательный, творческий, нестандартно мыслящий;
- 5) экзотизмы — обозначения нерусской действительности, например такое слово, как фишбургер (*fishburger*) — закрытый бутерброд, где основной начинкой является рыбная котлета;
  - 6) композиты — сложные слова, состоящие из двух слов, к примеру шоп-тур (*shop tour*) — вид туристической поездки, основной целью которой является приобретение товаров;
  - 7) профессионализмы — слова, которые используются в различных профессиональных областях, например ретейл (*retail*) — розничная торговля, деятельность по продаже товаров или услуг покупателям для их личного, некоммерческого использования;
  - 8) иноязычные вкрапления — слова, придающие речи выразительность, позволяющие выразить эмоциональное состояние; как правило, они имеют лексические эквиваленты, но стилистически от них отличаются, например вау (*wow*) — ого!, ух ты!, ничего себе!;
  - 9) жаргонизмы — слова, которые используются в профессиональном или молодежном сленге, появляются в связи с изменением каких-либо звуков, как, например, френдить (от слова *friend* — друг) означает добавлять кого-то в друзья в социальных сетях, включать чью-то учетную запись в список своих контактов на интернет-ресурсе.

Какие заимствования из английского языка приживутся в русском языке, а какие нет — покажет время. Одни слова остаются и прочно укореняются в речи, другие устаревают и почти не используются, а третьи и вовсе выходят из употребления. Язык настолько гибкая и подвижная система, что он сам решает, какого рода заимствования ему нужны, а какие не пригодятся в будущем.

А теперь вернемся к тем предложениям, которые были приведены в самом начале повествования. Давайте разберемся в англицизмах, из которых были составлены эти предложения.

#### 1. *Фэшиониста гуглит тотал вайт лук.*

- *Фэшиониста* (от англ. *fashionista*) — модница, модник; человек, одержимый модой, много знающий о ней, можно сказать, фанат моды. К таким себя причисляют те, кто прекрасно разбирается в моде и стильно одевается, а также представители модной индустрии, люди богемы и многие известные личности;
- *гуглить* (от англ. *Google* — Гугл) — искать информацию в интернете с помощью поисковой системы *Google*; сейчас значение этого слова расширилось и определяется как «искать информацию в сети интернет», необязательно с помощью вышеназванной поисковой системы;
- *тотал вайт лук* (от англ. сочетания *total white look*) — полностью белый комплект одежды, монохромный белый наряд. Слово *лук* (от англ. *look* — вид, наружность) в современном языке означает «целостный образ, внешний вид, облик». *Лук* создается по-

средством правильно подобранной одежды, аксессуаров, прически, макияжа.

*Тотал* (от англ. total — полный, целый, совокупный) в сочетании со словом «лук», *тотал лук*, употребляется в значении «цельный, собирательный образ», подразумевает составление комплекта одежды в одной цветовой гамме, в одинаковых оттенках или близких по цветовому тону.

Таким образом, если мы переведем данное предложение с русского на русский, оно будет звучать так: «Модница ищет в интернете монохромные белые наряды (или информацию о монохромных белых нарядах)».

## 2. Чекни инфу о кастинге в ситком.

- *Чекнуть* (от англ. to check) — проверить, проверять; также употребляется в значении «изучить»;
- *инфа* (от англ. info или information) — информация, данные;
- *кастинг* (от англ. casting) — подбор актеров, моделей; подбор, просмотр, отбор претендентов для участия в каком-нибудь конкурсе или творческом мероприятии; также можно перевести как прослушивание, пробы;
- *ситком* (от англ. sitcom, сокр. от situation comedy) — комедия положений, комедийный сериал.

Соответственно, перевод данного предложения с русского на русский будет следующим: «Проверь информацию о подборе актеров в комедийный сериал».

## 3. Фолловер лайкнул пост тревел-блогера.

- *Фолловер* (от англ. follower) — последователь, сторонник; в сети интернет употребляется в значении «подписчик, тот, кто подписан на ваш аккаунт и следит за вашими постами и лентой новостей». Также в речи активно используется глагол «*фолловить*» (от англ. глагола to follow — следовать), который означает «просматривать информацию на страницах тех, на кого вы подписаны; подписаться на кого-то в социальной сети и отслеживать их активность, следить за их обновлениями»;
- *лайкнуть* (от англ. to like) — нравится. В сети интернет означает «поставить лайк, оценить положительно, отметить, что это нравится». В русский язык слово «*лайк*» также вошло в виде существительного и означает положительную отметку, отметку «нравится». Обычно ставят лайк, отмечая понравившиеся статьи, фото, видео, сообщения, комментарии к записям и фотографиям;
- *пост* (от англ. post) — сообщение; в сети интернет это определенная запись или информация, размещенная пользователем в социальных сетях, блоге или на форумах для публичного чтения; от глагола to post (размещать, публиковать, выкладывать) образовались и глаголы-англицизмы — *постить*, *запостить* — размещать какую-либо информацию в сети интернет;

- *тревел-блогер* — это человек, который ведет блог о путешествиях. *Блогом* (от англ. blog) называют интернет-журнал, онлайн-дневник или персональный сайт, в котором автор регулярно обновляет содержание и добавляет новые записи. Стало быть, *блогер* (от англ. blogger) — это человек, который ведет свой блог.

Итак, данное предложение в переводе с русского на русский будет звучать так: «Подписчик отметил понравившуюся запись ведущего интернет-журнал о путешествиях».

#### 4. *Кульный мэн денсит с бизнесвумен.*

- *Кульный* (от англ. cool) — крутой, классный, отличный;
- *мэн* (от англ. man) — человек, мужчина, парень;
- *денсит* (от англ. to dance) — танцевать;
- *бизнесвумен* (от англ. businesswoman) — деловая женщина, женщина-предприниматель.

Получается, что данное предложение в переводе с русского на русский будет означать «Классный мужчина танцует с женщиной-предпринимателем».

#### 5. *Гёрлфренд фешен-дизайнера юзает фотошоп.*

- *Гёрлфренд* (от англ. girlfriend) — подруга, подружка, любимая девушка;
- *фешен-дизайнер* (от англ. fashion designer) — модельер, дизайнер одежды. Слово «*фешен*» (от англ. fashion — мода, стиль, фасон) является составной частью многих современных англицизмов, например таких, как *фешен-шоу* (fashion show — показ мод, модное шоу), *фешен-перформанс* (fashion performance — модное представление), *фешен-ретейл* (fashion retail — розничная торговля модной одеждой, бизнес по продаже модных вещей);
- *юзать* (от англ. to use) — использовать, применять, пользоваться;
- *фотошоп* (от англ. Photoshop) — программа Photoshop, многофункциональный графический редактор, который выпускается компанией Adobe Systems. Эта программа используется для редактирования фотографий. Ее название стало нарицательным и означает любой фоторедактор, который применяется для ретуши и обработки снимков.

От английского глагола *to photoshop* образовался русский вариант «фотошопить», что означает «редактировать, корректировать фотографии, обрабатывать фото с помощью специальных приложений и фильтров».

Итак, перевод данного предложения с русского на русский будет звучать следующим образом: «Подруга модельера пользуется фотошопом».

Наверняка вы заметили, что фотошоп довольно стремительно вошел в жизнь многих людей. Если раньше обработкой фото занимались лишь профессиональные фотографы, то теперь этот инструмент доступен любому желающему, достаточно лишь выбрать подходящий фоторедактор.



Стремясь приукрасить свою внешность, люди так тщательно улучшают свои снимки, что в результате меняют фото до неузнаваемости.

Расскажу вам реальную историю, связанную с фотошопом.

В районе, где проживают знакомые, построили новый современный детский садик с прекрасным оснащением, включая бассейн. И многие семьи, в том числе и эти знакомые, решили перевести своих детей в подготовительную группу этого детсада. Тем более администрация гарантировала хорошую подготовку к школе и возможность заниматься в разных полезных кружках.

На первом родительском собрании присутствовали, как всегда, не все, но быстро созданный родительский комитет организовал в социальной сети группу для общения родителей. Уже в сентябре одна из девочек пригласила нескольких подруг на празднование своего дня рождения. Вскоре знакомым написала в социальной сети мама этой девочки. На фото она выглядела как топ-модель (это слово тоже, кстати, англицизм, от англ. *top model* — ведущая манекенщица).

Мама именинницы словно сошла с обложки модного журнала: миловидная, стильная, с шикарными волосами и модельными параметрами. Она описала, как подъехать в кафе, где будет проходить праздник, и напомнила о необходимости взять с собой сменную обувь как детям, так и взрослым.

Все гости приехали к назначенному времени. При входе их встретила милая женщина очень крупного телосложения, с короткой стрижкой, в облегающих полные ноги брюках и объемной кофте. Она приветливо улыбалась, приглашая гостей пройти в зал. Никто не мог понять, кто же эта дама и где, собственно, мама именинницы. «Может, это какая-то родственница? Или работница кафе? Или ведущая праздника?» — строили предположения родители, сопровождавшие детей. Они долго присматривались к неизвестной женщине, пока к ней не подбежала та самая девочка, которая пригласила подруг к себе на день рождения. «Мама, а все уже подошли?» — спросила она, оглядывая присутствующих. Тут-то и выяснилось, что эта женщина и есть мама именинницы. И у этой женщины совсем мало общего с той девушкой-моделью на фото в социальной сети. Просто мама девочки не на шутку увлеклась фотошопом. Поэтому родители ее и не узнали. И потом еще долго посмеивались, шепотом обсуждая создавшуюся ситуацию. Спрашивается, зачем надо было так перебарщивать с фотообработкой?

Всё дело в том, что есть люди, недовольные своим внешним видом. Прежде чем выложить фото в социальную сеть, они старательно его обрабатывают и ретушируют. Приукрашивают все, что можно, становятся одержимыми некой идеальной картинкой себя. Хотя в реальной жизни эти люди могут быть вполне себе симпатичными, и им совсем не нужно дополнительно себя улучшать и украшать. Такое поведение, скорее всего, связано с психологическими факторами, а именно с низкой самооценкой,

постоянным стремлением к одобрению, похвале и признанию, соперничеством с окружающими, желанием выглядеть лучше, чем другие.

Лично я предпочитаю естественные фотографии. Но, если уж вы решили пользоваться фоторедакторами, то делайте это в меру. Используйте данные программы, когда необходимо кадрировать (обрезать) снимок, обозначив четкие рамки и границы фото, добавить ему яркости или резкости, изменить его размер. Когда нужно стереть на фотографии ненавистный прыщик, чуть разгладить глубокую морщину на лбу, убрать мешки под глазами, застрявшие в зубах остатки еды или неприличную надпись на заднем фоне. Самое важное, чтобы после обработки и ретуши снимка вы оставались собой, тем уникальным человеком, которым родились.

Таким образом, из искусства фотографии к нам пришел англицизм «фотошоп». А сможете ли вы посчитать, сколько иноязычных терминов появилось из интернета (от англ. Internet)? Очень и очень много.

Среди сфер деятельности человека есть особенно продуктивные в пополнении русского языка англицизмами: это информационные технологии, экономика и бизнес, средства массовой информации, кино, музыка, а также мода и спорт. Разве можем мы сейчас обойтись без таких слов, как сайт (site), смартфон (smartphone), фитнес (fitness), тренд (trend), джемпер (jumper), ток-шоу (talk show), менеджер (manager), бестселлер (bestseller) и т.д.?

Очень часто заимствования из английского языка используются в профессиональных сферах. Ими особенно изобилует корпоративная лексика. Понятно, что использование заимствований в разных профессиональных областях позволяет более продуктивно вести диалог на узкопрофессиональные темы и ускоряет общение. Порой всего лишь одно заимствованное слово помогает заменить целую фразу. Оно может быть более емким и доходчивым, чем русский эквивалент. Даже те, кто едва владеет английским языком, достаточно часто используют в речи англицизмы. К тому же многие термины широко распространены в мировой практике, и их знание просто необходимо в той или иной профессиональной сфере.

Но не стоит забывать и об уместности использования некоторых заимствований. Не следует злоупотреблять иностранной терминологией, чтобы не выглядеть как персонажи сценки «Очень важное совещание», которую разыграли участники «Камеди Клуб». «Камеди Клуб» — это российское юмористическое телевизионное шоу, название которого тоже является англицизмом (от англ. comedy club — комедийный клуб).

Действие сценки происходит в очень крупной компании, где на совещание собрался весь менеджмент (от англ. management — руководящий состав, руководство), чтобы обсудить пустяковый вопрос. Дело в том, что завхозу компании, которого называют не иначе как саплай менеджер (от англ. supply manager — менеджер по снабжению), нужно приделать табличку к двери начальника. И вопрос у него следующий: табличку приклеить или прибить? Казалось бы, что может быть проще для обсуждения. Но

комичность ситуации состоит в том, что пустяковый вопрос вдруг превращается в сложную проблему, которую на полном серьезе обсуждают менеджеры высшего звена и никак не могут ее решить. Они сыплют профессиональными терминами, принятыми в бизнес-среде: брифинг, месседж, фейловость, нейминг, фидбэк, комьюнити, десижн-мейкеры, лид-менеджеры, бэкграунд, фокус-группа и т.д. Конечно же, в этой комедийной сценке высмеивается как бесполезность большинства совещаний, так и чрезмерное увлечение офисным сленгом.

Но давайте все же попытаемся понять вышеприведенные слова и выражения:

- *брифинг* (от англ. briefing — краткий инструктаж, небольшое совещание, летучка) — краткое заседание с обсуждением основных вопросов дела;
- *месседж* (от англ. message — сообщение, послание, обращение, идея) — главная идея, которую хотят донести слушателям;
- *фейловость* (от англ. failure — неудача, провал, ошибка) — неудачность, провальность, неуспешность компании;
- *нейминг* (от англ. naming — название, наименование) — процесс разработки оригинального названия для компании, товара или услуги;
- *фидбэк* (от англ. feedback — обратная связь, отклик, комментарий) — ответная реакция человека или группы людей на какие-то действия, события, ситуации, также это обратная связь, которая позволяет получить информацию об удовлетворенности клиентов товарами или услугами;
- *комьюнити* (от англ. community — сообщество, община, объединение) — объединение людей, имеющих общие интересы и цели;
- *десижн-мейкер* (от англ. decision maker — лицо, принимающее решение, ответственное лицо; decision — решение, maker — производитель, создатель, принимающий) — человек, принимающий решения и отвечающий за эти решения;
- *лид-менеджер* (от англ. lead manager — ведущий менеджер) — специалист, который способен привлекать потенциальных клиентов для какого-то бизнеса; лид в деловой терминологии означает контакт человека, которого может заинтересовать продвигаемый продукт;
- *бэкграунд* (от англ. background — фон, основа, происхождение, биография, прошлое) — история или биография компании, организации; нефинансовые характеристики компании, которые используются при анализе ее деятельности и оценке;
- *фокус-группа* (от англ. focus group — целевая группа) — метод социологического или маркетингового исследования, когда компания собирает определенную группу людей из целевой аудитории, чтобы выяснить их отношение к чему-то, например к определенному товару или услуге.

Наверняка теперь вы поймете гораздо больше предложений и фраз из карикатурной сценки участников «Камеди Клуб». И, если вам вдруг кто-

то скажет: «Вы просто не из нашего комьюнити», не обижайтесь. Скорее всего, это сообщество вам не подходит по интересам, и у вас совершенно другие мечты и цели. Возможно, вы увлечены приготовлением пудингов (от англ. pudding — пудинг, запеканка) или обожаете кататься на сноуборде (от англ. snowboard — дословно «снежная доска», доска, предназначенная для скоростного спуска с заснеженных склонов и гор). А может быть, вы активно следуете модным трендам (от англ. trend — тенденция, направление, течение) и вдохновляетесь апсайклингом.

Интересно, знаком ли вам данный англицизм? Апсайклинг (от англ. upcycling) означает вторичное использование; оригинальное преобразование ненужных вещей в предметы искусства, бытовые изделия, одежду, аксессуары. Это творческий процесс, связанный с переделкой старых вещей, которые в итоге приобретают новую жизнь. Например, если вы умеете шить, то из старой немодной дубленки и надоевшего пуховика вы можете создать шедевр, соединив подходящие части этих вещей в единое целое и получив, таким образом, абсолютно новую, качественную, стильную и, главное, уникальную вещь. Или вместо того, чтобы выбросить старый шкаф или ветхое кресло, можно найти для них новое, необычное применение, снова сделав их полезными. Скажем, переделать их в ящики для хранения белья или игрушек.

У апсайклинга много сторонников и преимуществ. Среди сторонников те, кто, прежде всего, вдохновляются творчеством, кому интересно творческое преобразование вещей. Среди них не только обычные любители портновского или дизайнерского искусства, но и представители модной индустрии — знаменитые дизайнеры одежды или интерьера, а также известные бренды. Все они успешно используют пылящиеся на складах давно закупленные, залежавшиеся материалы или нераспроданные вещи из старых коллекций для создания новых оригинальных вещей, которые благодаря апсайклингу становятся эксклюзивными.

Среди преимуществ апсайклинга стоит отметить экологичность: не нужно производить или закупать новые ткани или материалы, использовать дополнительную энергию и ресурсы, чтобы полностью переработать старые вещи или предметы, как в ресайклинге (от англ. recycling — переработка, утилизация, вторичная переработка).

Апсайклинг — это еще и экономично. Не нужно покупать что-то новое. Достаточно проявить фантазию и мастерство рукоделия или дизайна, чтобы, как фея из сказки, превратить нечто банальное или устаревшее в особенное и прекрасное.

А еще апсайклинг — это стремление к творчеству, желание раскрыть свой творческий потенциал, а творчество, как известно, открывает.

Как видите, англицизмы сопровождают нас повсюду: и в хобби, и в профессиональных областях, и в бытовом общении. Хотите познакомиться с ними поближе? Тогда приступайте к выполнению интересных заданий и упражнений!

## Exercise 1

---

Match the words in the left-hand column with their equivalents in the right-hand column.

- |                           |                                    |
|---------------------------|------------------------------------|
| 1. Менеджер (manager)     | a. продвижение                     |
| 2. Промоушен (promotion)  | b. знаменитость                    |
| 3. Пати (party)           | c. подделка, фальсификация         |
| 4. Фейк (fake)            | d. навык, умение                   |
| 5. Скил (skill)           | e. шумиха, ажиотаж, популярность   |
| 6. Тинейджер (teenager)   | f. управленец                      |
| 7. Хайп (hype)            | g. начальник, руководитель         |
| 8. Дедлайн (deadline)     | h. фильм-биография                 |
| 9. Босс (boss)            | i. вечеринка                       |
| 10. Байопик (biopic)      | j. крайний срок выполнения задания |
| 11. Селебрити (celebrity) | k. подросток                       |

## Exercise 2

---

Replace the loanwords in italics on the left with their equivalents in italics on the right.

- |   |  |
|---|--|
| 1. Питаться <i>фастфудом</i> (fast food)            | a. поднять <i>шумиху</i>   |
| 2. Быть на <i>митинге</i> (meeting)                 | b. иметь <i>выходной/отгул</i>   |
| 3. <i>Лакшери</i> (luxury) жильё                    | c. поймать <i>настроение</i> , прочувствовать <i>атмосферу</i>                     |
| 4. <i>Лайфхак</i> (life hack) для кулинаров         | d. <i>исследовать, изучить</i> вопрос  |
| 5. <i>Шазамить</i> (shazam) музыку                  | e. <i>полезный совет</i> для кулинаров   |
| 6. Поймать <i>вайб</i> (vibe)                       | f. <i>определять, распознавать</i> музыку (с помощью программы «Шазам» — «Shazam») |
| 7. <i>Проинвестигейтить</i> (to investigate) вопрос | g. понимать чью-то <i>проблему, озабоченность</i>                                  |
| 8. Понимать чей-то <i>консёрн</i> (concern)         | h. <i>роскошное, дорогое</i> жильё   |

9. Иметь *дэй-оф* (day off)  
10. *Хитчхайкинг* (hitchhiking)  
как способ путешествия  
11. Раздуть *хайп* (hype)

- i. *передвижение на попутных машинах (автостопом)* как способ путешествия  
j. *быть на собрании, совещании*  
к. *питаться едой быстрого приготовления*

### Exercise 3

---

Choose the correct equivalent for the following words.

1. *клининг* (cleaning)      a. домашняя уборка  
b. профессиональная уборка  
c. прополка грядок
2. *блокбастер* (blockbuster)      a. приключенческий фильм  
b. новая версия старого фильма  
c. очень популярный и коммерчески успешный фильм
3. *гаджет* (gadget)      a. техническая новинка с цифровыми технологиями  
b. устройство для перевода графической информации в цифровую  
c. компьютерная программа для создания музыкальных композиций
4. *маст хэв* (must have)      a. вещи, которые никогда не выйдут из моды, поэтому их необходимо иметь каждому  
b. базовый гардероб офисного работника по мнению ведущих стилистов и модельеров  
c. вещь, которую обязательно нужно иметь, чтобы быть модным, продвинутым
5. *бодипозитив*  
(body positivity)      a. движение за принятие любых тел и внешности независимо от того, вписываются ли они в стандарты красоты или нет  
b. ощущение легкости в теле  
c. позитив от занятий спортом



Учебное издание

Киселева Зоя Арсеновна  
**АНГЛИЙСКИЙ В ТРЕНДЕ**  
**ТОПОВЫЕ ТЕМЫ ДЛЯ ТЕХ, КТО В ТЕМЕ**  
**УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ ПО АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ**

Ответственный редактор С. А. Осташов

Формат 70×100/16. Бум. офсетная.

Печать офсетная.

Тираж 2500 экз. Зак. №

**Издатель и изготовитель:** ООО «Феникс».

Юр. и факт. адрес: 344011, Россия, Ростовская обл.,

г. Ростов-на-Дону, ул. Варфоломеева, д. 150

Тел/факс: (863) 261-89-65, 261-89-50

Изготовлено в России. Дата изготовления: 12.2022. Срок годности не ограничен.

**Отпечатано** в ООО «Экопейпер»

Юр. адрес: 420073, Россия, Республика Татарстан, г. Казань,

ул. Аделя Кутуя, дом 82, помещение 209

Адрес местонахождения: 420073, Россия, Республика Татарстан, г. Казань,

Проспект Ямашева, 36 Б