

## Динамические процессы и особенности функционирования языка на рубеже XX–XXI веков

УДК 811.161.1'37:881

### НАИМЕНОВАНИЯ ОДЕЖДЫ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ БРИТАНСКОЙ И АМЕРИКАНСКОЙ ПЕРИОДИКИ)

П.А. Никулина

Научный руководитель: Е.В. Ларцева,  
кандидат филологических наук, доцент (УрФУ)

Статья посвящена наименованиям одежды в современном английском языке, их анализу и классификации. Материалом служат англоязычные журналы *British Vogue*, *Vogue* (американское издание) и *TeenVogue* (молодежное издание). Основным методом, используемым в работе, является метод идеографического анализа.

**Ключевые слова:** идеография; идеографическая классификация; одежда; лексикография; периодика.

Одежда является неотъемлемой частью человеческого быта уже на протяжении многих тысячелетий. Она представляет собой предмет материальной культуры и раскрывает ее богатое историко-культурное наследие, отражая историческое развитие общества, его национальные ценности и климатические условия. В жизни человека одежда играет очень важную роль, указывая на его пол, возраст, социальное положение, религиозную принадлежность и др. Несомненно, одежда находит отражение и в языковых фактах – во внутренней форме наименований, в их значении, в словообразовании, во фразеологических и других оборотах с их участием.

Появление новых наименований, которые часто не отражаются в современных словарях, требует анализа, осмысления и систематизации данных единиц. Этим обусловлена актуальность нашей работы. Более того, нами не было обнаружено комплексных работ в области исследования наименований одежды в современном английском языке.

В настоящей статье рассмотрены наименования одежды, используемые в англоязычных журналах *British Vogue*, *Vogue* (американское издание) и *TeenVogue* (молодежное издание), а также осуществлена их идеографическая классификация.

Идеографические словари и лексико-семантическая классификация являются недооцененным, однако очень важным аспектом лексикографии. Именно они служат связующим звеном между лексикой и реальным восприятием окружающего мира человеком.

Прежде всего обратимся к ключевым терминам, используемым в нашей статье: идеография, идеографический метод, идеографический словарь.

Одно из наиболее известных определений идеографии представлено в «Словаре иностранных слов» Л.В. Комлева: «Идеография – это способ обозначать письменным знаком не букву или слог, а целое понятие; отчасти идеографической является древняя египетская письменность, письменность майя, шумерская клинопись, современное китайское и японское письмо; письмо иероглифами» [Комлев 2000: 113].

Следует также обратить внимание на определение идеографии, данное А.Н. Чудиновым в «Словаре иностранных слов, вошедших в русский язык»: «Идеография – письмо, изображающее не звуки, но самые понятия письменными знаками» [Чудинов 1894: 68].

В своей работе «Идеографический словарь» В.В. Морковкин определяет идеографический метод как способ познания, основанный на акцентировании единичности и даже уникальности (единственности, абсолютной неповторимости) каждого из реальных явлений, процессов и событий [Морковкин 1970: 7].

Л.Г. Бабенко под идеографическим методом понимает принцип понятийного расположения лексики, который способствует выявлению лексического варианта языковой картины мира, его категоризации [Бабенко 2007: 475].

Важное место в лексико-семантической классификации, несомненно, отводится идеографическим словарям. **Идеографическим** является словарь, в котором лексика располагается на основе смысловой близости, а не в алфавитном порядке.

Как справедливо указывает Л.Г. Бабенко, главный принцип идеографических словарей – соотнесенность логических понятий со словесными группировками – объединяет все существующие сегодня словари, созданные на основе этого принципа [Бабенко 2007: 475]. Исследовательница также отмечает, что набор выявленных базовых семантических категорий может отличаться в разных словарях. Происходит это ввиду различия подходов к выявлению данных категорий: от общего понятия, формирующего семантические группы слов, – к выявлению и описанию состава этих групп; или, наоборот, от словаря, лексикона, рассматриваемого в разном объеме, – к поиску общих понятий и базовых категорий, репрезентируемых различными семантическими группами слов. В своей лексикографической практике лингвист опирается именно на второй метод. Так, вектор нашей работы был направлен от составления первичного списка наименований одежды, выявленных в журналах *British Vogue*, *Vogue USA* и *TeenVogue*, к их последующему анализу и объединению в тематико-идеографические группы и

подгруппы.

В работе «Ассоциативно-деривационная и фразеологическая семантика наименований одежды в русской языковой традиции» А.В. Тихомирова говорит об актуальности и важности исследования семантического поля «Одежда»: «Одежда – неотъемлемая часть быта человека, она составляет одну из наиболее важных сфер материальной культуры, выделяет людей из мира природы, является атрибутом цивилизации, показателем “вписанности” человека в систему общественных связей, может указывать на пол, возраст, социальное положение, конфессиональную принадлежность и др.» [Тихомирова 2013: 3]. Более того, исследовательница указывает на то, что культурная значимость одежды находит отражение и в языке: в словообразовательных и семантических дериватах, во фразеологизмах и текстовых функциях [Тихомирова 2013: 3].

Г.М. Полякова в работе «Лексико-семантическое поле “Одежда” в аспекте сопоставительной лингвокультурологии» [Полякова 2012] исследует данный материал путем сопоставления трех языков: русского, английского и немецкого.

М.В. Калинина рассматривает несколько лексико-семантических групп в донских казачьих говорах. Среди них представлены общие названия одежды, виды фартуков, головные уборы, одежда для рук, материалы, наименования обуви и др. Например, лексика группы «Головные уборы» была разделена на несколько подгрупп: 1) по полу и семейному положению лиц, носящих головные уборы, выделяются мужские (*фуражка*, *боклук*) и женские (*кичка*, *сорока*), среди женских – уборы девушек (*венец*) и замужних женщин (*колпак*); 2) по назначению для определенного сезона или процесса – зимние (*трых*) и летние (*развязка*); компактные (*чепок*) и выходные (*торчин*) [Калинина 2007: 83].

У зарубежных авторов нами не было обнаружено комплексных исследований, посвященных изучению наименований одежды в современном английском языке. Встречающиеся работы затрагивают лишь отдельные аспекты данной лексической группы.

Указанные работы русских исследователей послужили базой для анализа и классификации наименований одежды, выявленных нами в журналах *British Vogue* [British Vogue: URL], *Vogue USA* [Vogue US: URL] и *TeenVogue* [TeenVogue: URL].

Материалом исследования послужили статьи, опубликованные в электронных версиях журналов *Vogue* (американское издание), *British Vogue* и *TeenVogue*. В общей сложности нами было выявлено 130 наименований одежды в трех изданиях в период с января 2018 года по март 2018 года и на основе данного материала была составлена идеографическая классификация.

Наша классификация наименований одежды в журналах *Vogue*, *British Vogue* и *TeenVogue* содержит три базовых, крупных объединения, которые мы будем именовать тематическими разделами: «Верхняя одежда», «Вечерняя одежда», «Повседневная одежда». Далее тематические разделы, обладающие внутренней иерархической структурой, подразделяются на более мелкие объединения – тематические группы и подгруппы. Организация внутри них определяется логическими отношениями между единицами. Стоит отметить, что приводимые в классификации лексемы сопровождаются словарными пометами (в скобках) в тех случаях, если данные единицы зафиксированы с пометами в толковых словарях английского языка.

Для примера представим классификацию тематического раздела «Верхняя одежда»:

### **1.1. Пальто**

#### **1.1.1. Зимние пальто**

- пальто из меха, шуба – *coat*
- пальто из «одеяльного» материала – *blanket coat*
- пальто (шуба) из искусственного меха – *faux fur coat*
- пальто, изготовленное из обработанной овчины – *shealing coat*
- объемное зимнее пальто, выполненное из материала спального мешка – *sleeping bag coat*
- зимнее пальто из плюша – *teddy bear coat*

#### **1.1.2. Демисезонные пальто**

- пальто – *coat*
- пальто верблюжьего цвета – *camel coat*
- двубортное пальто – *double-breasted coat*
- мужское двубортное пальто длиной примерно до колена – *frock coat*
- пальто в военном стиле – *military coat*
- длинное свободное пальто с поясом, обычно из водонепроницаемого материала – *trench coat*
- пальто из твида – *tweed coat*
- короткое пальто без рукавов – *cape*
- плащ из прямоугольного куска ткани с отверстием для головы посередине – *poncho*

### **1.2. Куртки**

#### **1.2.1. Теплые куртки с капюшоном**

- короткая ветрозащитная куртка из плотной ткани с капюшоном – *anorak* (брит.)
- теплая, часто водонепроницаемая куртка с капюшоном – *parka* (амер.)
- теплая стеганая куртка – *puffer*
- ветрозащитная куртка – *windbreaker* (амер.)
- пуховик – *padded jacket*

#### **1.2.1. Легкие куртки**

- короткое пальто, куртка – *jacket*
- спортивная бейсбольная куртка – *baseball jacket* (брит.)

- куртка с поясом – *belted jacket*
- куртка «пилот» – *bomber jacket*
- джинсовая куртка – *denim jacket*
- двубортный жакет – *double-breasted jacket*
- куртка в военном стиле – *military jacket*

### 1.3. Блейзеры

- однобортный или двубортный пиджак с накладными карманами без клапана – *blazer*
- объемный жакет с квадратными плечами – *boxy blazer*
- короткая, открытая спереди курточка без застежки – *bolero*
- жилет из денима – *denim vest* (амер.)

В ходе классификации самым обширным и разнообразным оказался раздел «Повседневная одежда», который включает в себя наибольшее количество тематических групп (5) и наименований (84). Из этого мы делаем вывод, что в английской лингвокультуре общество имеет тенденцию одеваться в более свободном, расслабленном стиле.

Самой малочисленной является тематическая группа «Вечерняя одежда», которая включает в себя всего 7 наименований и 3 тематические группы.

Группа «Верхняя одежда» также является достаточно разнообразной: 31 наименование и 3 тематические группы. Однако большинство наименований относится к демисезонной одежде, что, несомненно, говорит об определенных климатических условиях и стремлении разнообразить гардероб.

В ходе исследования нами были выявлены единицы, употребляющиеся преимущественно в американском варианте английского языка (или же использующиеся в журналах в американском значении) – 16 из 130 единиц, или 12,3 %. Например: *bike shorts, bodysuit, pants, pajamas*. Выявлены бритуцизмы (16 единиц из 130 единиц, или 12,3 %): *anorak, boiler suit, trousers*. Существует небольшая группа наименований одежды (4 единицы), заимствованных из других языков, которые до недавнего времени служили предметами национального наряда: *balaclava, hijab, kilt* и *turban*. Всего три единицы сопровождаются в словарях пометами «разговорная», или «сленговая», лексика (3 единицы из 130, или 2,3 %): *graphic tee, cropped tee* и *hoodie*. Следует отметить, что значительная часть лексики не зафиксирована в современных англоязычных толковых словарях.

Следует отметить, что значительная часть лексики не зафиксирована в современных англоязычных толковых словарях. В британском издании журнала *Vogue* было выявлено 23 (или 31,5 %) подобных единицы: например, *blanket coat, hazmat suit, tuxedo dress*; в американском издании – 20 лексических единиц (или 36,3 %): например, *ball skirt, puffer, teddy bear coat*; в молодежном издании *TeenVogue* – 10 наименований (или 24,3 %):

например, *collared top*, *graphic tee*, *t-shirt dress*.

В британском издании *British Vogue* нами было выявлено 73 лексические единицы в период с января 2018 года по март 2018 года. Среди них было обнаружено 13 брителицизмов и 5 американизмов. Из брителицизмов самым частотным является наименование *trousers*: *trousers* (3), *wide-leg trousers* (2), *high-waisted trousers* (1). Самый частотный американизм – наименование *pantsuit* (2).

Вторым по количеству вычлененной лексики является американское издание *Vogue*. Из него нами было выбрано 55 наименований; из них 5 брителицизмов и 10 американизмов.

Из журнала *TeenVogue* – американского издания, ориентированного на подростков, – было выбрано 41 наименование; из них 6 американизмов и 2 брителицизма.

Как мы видим из представленных выше данных, американизмы и брителицизмы используются во всех трех журналах, однако с разной частотностью.

Таким образом, в настоящей статье были рассмотрены теоретические аспекты, необходимые для анализа и классификации наименований одежды в современном английском языке. Также был представлен фрагмент составленной нами идеографической классификации и общий анализ всех единиц, который показал количество американизмов (22) и брителицизмов (19). Среди них было выявлено 2 сленговых единицы. Кроме того, были обнаружены наименования, не зафиксированные в современных английских толковых словарях, из чего следует, что список терминов одежды постоянно пополняется и требует анализа.

Кроме этого, нами были выявлены лексические единицы, которые еще до недавнего времени использовались строго в рамках традиционного наряда определенных культур, но вследствие глобализации культурные рамки постепенно стерлись.

#### Список литературы

Бабенко Л.Г. Идеографическое описание русской лексики как способ выявления базовых категорий и ключевых концептов // Русский язык: исторические судьбы и современность. – М., 2007. – С. 475.

Калинина М.В. Лексико-семантическое поле «Одежда» в донских казачьих говорах // Известия ВГПУ. – 2007. – № 2. – С. 82–85.

Комлев Л.В. Словарь иностранных слов. – М. : Эксмо-Пресс, 2000. – 1308 с.

Морковкин В.В. Идеографические словари. – М. : Изд-во МГУ, 1970. – 70 с.

Полякова Г.М. Лексико-семантическое поле «Одежда» в аспекте сопоставительной лингвокультурологии // Вестник Российского университета дружбы народов. – 2012. – № 4. – С. 37–43.

Тихомирова А.В. Ассоциативно-деривационная и фразеологическая семантика наименований одежды в русской языковой традиции : автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург : [б.и.], 2013. – 27 с.

Чудинов А.Н. Словарь иностранных слов, вошедших в русский язык. – СПб. : Издание книгопродавца В.И. Губинского : Типография С.Н. Худекова, 1894. – 1004 с.

British Vogue [electronic resource]. – Mode of access: <http://www.vogue.co.uk> (дата обращения: 17.04.2018).

Vogue US [electronic resource]. – Mode of access: [https://www.vogue.com/?us\\_site=y](https://www.vogue.com/?us_site=y) (дата обращения: 12.05.2018).

TeenVogue [electronic resource]. – Mode of access: <https://www.teenvogue.com> (дата обращения: 21.09.2018).

### **CLOTHES NOMINATIONS IN MODERN ENGLISH (AS EXEMPLIFIED IN BRITISH AND AMERICAN PERIODICALS)**

The paper considers clothes nominations in modern English and suggests their analysis and classification. Data for study has been extracted from *British Vogue*, *Vogue* (American edition) and *TeenVogue* (teen edition) magazines. Ideographic analysis is the main method used.

**Key words:** ideography; ideographic classification; clothes; lexicography; periodicals.

УДК 81'42

### **ЗООНИМЫ В МЕТАФОРИЧЕСКОМ МОДЕЛИРОВАНИИ ОБРАЗА ПОЛИЦИИ В ДИСКУРСЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ США**

*А.И. Золотайко*

*Научный руководитель: А.П. Чудинов,  
доктор филологических наук, профессор (УрГПУ)*

В статье рассматривается проблема восприятия гражданами США сотрудников правоохранительных органов. Изучение общественного мнения осуществляется посредством когнитивно-дискурсивного анализа метафор. Исследование метафорических словоупотреблений проводится в рамках дискурса общественного мнения на основе Интернет-статей, блогов, форумов, комментариев к видеосюжетам. Методом широкой выборки выявляются наиболее частотные и продуктивные метафоры в рамках метафорической модели «Полиция – это мир живой природы». Представлена их характеристика с помощью ряда примеров.

**Ключевые слова:** Интернет-коммуникация; дискурс общественного мнения; когнитивно-дискурсивный анализ метафорических моделей; зооморфная метафора; метафорическая модель; полиция США.

На фоне событий, происходящих в мире и в стране, связанных с недовольством политической, экономической сферами жизни, важно отметить роль правоохранительных органов в нормализации обстановки как в мире, так и в стране. В условиях демократического общества массовая коммуникация предполагает наличие обратной связи, что проявляется в опросах, комментариях к статьям, блогах, чатах и бытовом общении на политические темы. В качестве объектов общественного мнения выступают процессы, факты, явления, попавшие в сферу социально значимых суждений или интересов социального субъекта.