

На правах рукописи

Скворцова Евгения Евгеньевна

**Способы пополнения лексико-семантического поля
«Мода» во французском и английском языках как
отражение развития вербального вестиментарного кода
(на материале лексики интернет-магазинов одежды)**

Специальность 10.02.20 – сравнительно-историческое, типологическое
и сопоставительное языкознание

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Москва
2016

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н.Толстого».

Научный руководитель: кандидат филологических наук, доцент
Разоренов Дмитрий Александрович

Официальные оппоненты: **Солнышкина Марина Ивановна,**
доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры германской филологии Института филологии и межкультурной коммуникации им. Льва Толстого Федерального государственного автономного учреждения высшего образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет» (КФУ)

Седых Аркадий Петрович,
доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой немецкого и французского языков факультета иностранных языков Педагогического института Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Белгородский государственный национальный исследовательский университет» (НИУ «БелГУ»)

Ведущая организация: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донской государственный технический университет» (ДГТУ)

Защита диссертации состоится «___» _____ 2016 года в _____ на заседании диссертационного совета Д 501.001.04 при Московском государственном университете имени М.В. Ломоносова по адресу: 119192, Москва, Ломоносовский проспект, д. 31, корп. 1, факультет иностранных языков и регионоведения, ауд. 107-108.

С диссертацией можно ознакомиться в Фундаментальной библиотеке МГУ имени М.В. Ломоносова и на сайте <http://www.ffl.msu.ru/>

Автореферат разослан «___» _____ 2015 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета



Е.В. Маринина

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Одежда является неотъемлемой частью нашей жизни, необходимостью, вошедшей в быт человека в глубокой древности и с течением времени приобретшей различные функции: от защиты от холода до показателя статуса человека в обществе. В процессе развития общества формировалась вестиментарная культура, отражающая основные процессы развития социума, ценностные ориентиры и идеалы, идеологию, ритм жизни и образ мысли людей. В XX в. Р. Бартом был описан вестиментарный код, в котором мода представлена как сложная система, функционирование которой подчинено законам Вселенной (Барт, 2010).

Понятие моды, как правило, сопряжено с понятием одежды, поскольку именно наименования одежды являются вербальным выражением законов и тенденций моды. Одежда представляется неотъемлемой частью формирования и выражения индивидуальности каждого человека, указывая на этническое и классовое происхождение, возраст, пол, сексуальность индивида, обозначает его культурную принадлежность и мировоззренческие предпочтения.

Для обозначения наименований предметов одежды в настоящем исследовании предлагается использовать термин «эймоним» (от греч. *εἶμα* – *eima* – ‘garment’, ‘clothing’ – одежда, одеяние и греч. *ὄνομα* – *onut* – «имя»), под которым подразумевается *лексическая единица, номинирующая предмет одежды*. Термин «эймоним» наиболее четко отражает сущность лексических единиц, включенных в материал настоящего диссертационного исследования, и удовлетворяет наиболее значимым требованиям к терминологии: точность, однозначность, лаконичность, независимость от контекста употребления, систематичность, отсутствие ассоциаций и синонимов.

«Мода» представляет собой широкий интерес для изучения, будучи своего рода зеркалом общества, в котором существует. Понятие «Мода» многозначно и представляет собой как культурное явление, так и отлаженную индустрию, составляющими компонентами которой являются все аспекты жизни людей. Отражение общественных, экономических, политических и сексуальных взаимоотношений людей аккумулируются именно в понятии «мода». Изучение моды носит всесторонний характер, поскольку все сегменты общества вовлечены в культурные, экономические, политические вопросы, связанные с производством и потреблением изделий моды. Мода определяет облик отдельно взятой эпохи, служит катализатором таких масштабных процессов, как индустриализация, урбанизация и глобализация. Наряду с вышесказанным, мода представляется маркером индивидуальности, способом самовыражения личности, помогает определить этническое, классовое происхождение, пол и возраст индивидуума, указывает на его культурные предпочтения.

Такая многогранность и сложность явления моды позволили Р. Барту выделить так называемый вестиментарный код, т.е. систему знаков,

выраженных посредством предметов гардероба, сообщающих представителю того или иного сообщества некую информацию о человеке, который носит определенный вид одежды. В данном исследовании основное внимание уделяется изучению языковой составляющей вестиментарного кода – *вербальному вестиментарному коду*, т.е. эймонимам, номинирующим предметы женского, мужского и детского гардероба во французском и английском языках. С точки зрения лингвистики, представляется оправданным и **актуальным** изучение лексико-семантического поля (ЛСП) «Мода» с целью выявления динамики развития его единиц, а также изучения влияния модных веяний и тенденций на состав лексики данного ЛСП и развитие системы языка в целом.

Выявление особенностей динамики словообразовательных процессов лексико-семантического поля «Мода» не являлось объектом специального исследования, как и ЛСП «Мода» не подвергалось изучению в сопоставительном аспекте на материале французского и английского языков. Также не шла речь о моде как о лингвистической переменной (термин У. Лабова), хотя были довольно полно раскрыты социальный, культурный и психологический аспекты моды.

Рабочая гипотеза исследования основывается на предположении, что общие тенденции в развитии мирового сообщества, проявляющиеся в вестиментарном коде, оказывают идентичное влияние на эволюцию *вербального* вестиментарного кода языков разных групп, французского и английского (романской и германской), посредством сходных процессов в пополнении ЛСП «Мода».

Научная новизна диссертационного исследования заключается в следующем:

- обосновано условное разделение вербального вестиментарного кода на устную и письменную разновидности;
- выявлены единицы, отражающие развитие и современное состояние вербального вестиментарного кода в устной и письменной разновидностях речи,
- на основании анализа собранных лексических единиц смоделированы ЛСП «Мода» в английском и французском языках;
- предложен новый термин для обозначения лексических единиц, номинирующих предметы одежды – эймоним;
- сопоставлены модели ЛСП «Мода» на материале эймонимов, представленных на французских и английских сайтах интернет-магазинов, т.е. лексических единиц письменного вербального вестиментарного кода;
- изучены способы пополнения ЛСП «Мода» во французском и английском языках, определена универсальная тенденция в их развитии и ее вероятные предпосылки.

Объектом исследования являются разноструктурные эймонимы вербального вестиментарного кода, входящие в лексико-семантическое поле «Мода» во французском и английском языках.

Предметом исследования являются способы пополнения лексико-семантического поля «Мода» во французском и английском языках.

Целью настоящего исследования является изучение современного состояния и выявление способов пополнения лексико-семантического поля «Мода» как лексической подсистемы, отражающей универсальные и культурно-обусловленные тенденции развития вербального вестиментарного кода (на материале интернет-магазинов одежды).

В ходе исследовательской работы решаются следующие **задачи**:

- выявить эймонимы, отражающие развитие вербального вестиментарного кода в устной и письменной разновидностях речи;
- определить особенности устного и письменного вербального вестиментарного кода во французском и английском языках;
- структурировать и сопоставить модели ЛСП «Мода» на материале эймонимов, представленных на французских и английских сайтах интернет-магазинов;
- изучить способы пополнения ЛСП «Мода» во французском и английском языках, определить основные тенденции в их развитии и их вероятные предпосылки.

Материалом исследования послужил корпус лексики французского и английского языков, входящий в лексико-семантическое поле «Мода», отобранный методом сплошной выборки из толковых, специальных, этимологических словарей французского и английского языков, французских и английских словарей моды, печатных периодических изданий, интернет-изданий, сайтов интернет-магазинов, энциклопедий, справочников и другой научной литературы по истории моды и костюма. Общее количество проанализированной лексики составило 9000 единиц (из которых около 45% представлены на сайтах интернет-магазинов, и 55% представлены в словарях и журналах мод).

Для работы с фактическим материалом привлекались следующие **методы исследования**: словообразовательный анализ и синтез, этимологический анализ, компонентный анализ, метод словарных дефиниций, метод электронного поиска с применением мультимедийных словарей (Le Petit Robert, Larousse, Trésor de la Langue Française, Online Etymology Dictionary, The Free Dictionary.com, Collins English Dictionary, The Longman Dictionary of Contemporary English Online, Macmillan Dictionary, Oxford Dictionary) и информационных интернет-ресурсов, элементы количественного подсчета данных. При необходимости привлекался также метод морфемного анализа.

На защиту выносятся следующие **положения**:

1. Полевой подход к изучению лексики, обслуживающей вестиментарный код во французском и английском языках, является наиболее продуктивным и оправданным с точки зрения отбора, классификации, анализа и моделирования условий становления и развития этого пласта лексики. Именно ЛСП, ввиду особенностей его структуры и размытости границ, дает возможность подойти к проблеме изучения

эймонимов наиболее полно, т.к. позволяет увидеть полевою интегрированность лексических единиц, проследить общие закономерности развития как микрополей, так и отдельных компонентов поля.

2. Лексико-семантическое поле «Мода», отражающее развитие и современное состояние вестиментарного кода, обширно представлено в английском и французском языках и имеет развитую структуру. Структура микрополя «Женская и мужская одежда» идентична в сравниваемых языках, притом что микрополе «Детская одежда» обладает в обоих языках рядом уникальных особенностей с точки зрения системы словообразования.

3. Вербальный вестиментарный код в исследуемых языках можно условно разделить на устный и письменный, при этом основная тенденция его письменной разновидности – использование многокомпонентных сложных эймонимов, максимально полно описывающих продаваемый в интернет-магазине предмет одежды.

4. Структурные и семантические изменения лексических единиц, входящих в лексико-семантическое поле «Мода», подвергаются влиянию как интралингвистических, так и экстралингвистических факторов и являются языковым отражением последних. Цикличность моды отражается в цикличном преобладании одних словообразовательных процессов над другими.

5. Динамика словообразовательных процессов, типичных для вербального вестиментарного кода, неоднородна в исследуемых языках: во французском она отражает переход от суффиксального способа словообразования к словосложению, конверсии и заимствованию; в английском доминирует словосложение, однако велика доля исконных слов и заимствований. Во французском и английском языках выражена общая тенденция развития словообразовательной системы, выявляемая на примере отдельно взятого ЛСП «Мода», – стремление к образованию сложных эймонимов в связи с потребностью не только дать наименование, но и создать максимальное точное описание номинируемого типа одежды при вербальной репрезентации одежды. Данная тенденция может претендовать на универсальность.

6. Значительную роль в обогащении вокабуляра лексико-семантического поля «Мода» в сравниваемых языках играют заимствования, при этом четко проявляется процесс взаимного языкового обогащения, ввиду доминирования во французском языке англицизмов, и французских лексических единиц в английском. Данный факт объясняется территориальной близостью двух стран, а также тесными торгово-экономическими и культурными взаимоотношениями.

Теоретическая значимость диссертационного исследования состоит в разработке отдельных проблем теории и терминосистемы сопоставительного языкознания на примере изучения динамики роста ЛСП «Мода» во французском и английском языках. В работе уточняется понятийный аппарат языка моды, предложена классификация «эймонимов» по характеру образования и выявления наиболее продуктивных способов пополнения

лексической подсистемы, обслуживающей вестиментарный код в языках разных групп. Определяется основная тенденция развития вокабуляра моды, претендующая на универсальность.

Практическая ценность исследования заключается в том, что материал диссертации может быть использован при подготовке курса лекций по сравнительной типологии, лексикологии, при разработке спецкурсов по словообразованию французского и английского языков, исследование содержит обширный лексический материал, который может быть использован на занятиях при изучении разговорной темы «Одежда, мода».

Структура, содержание и объём диссертационной работы определяются поставленными целью и задачами. Исследование состоит из введения, трех глав, выводов по главам, заключения, списка литературы, списка условных сокращений и приложения.

Апробация работы. Наиболее значимые положения и научные результаты исследования были представлены на конференциях различного уровня. Основные результаты исследования отражены в двенадцати публикациях.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

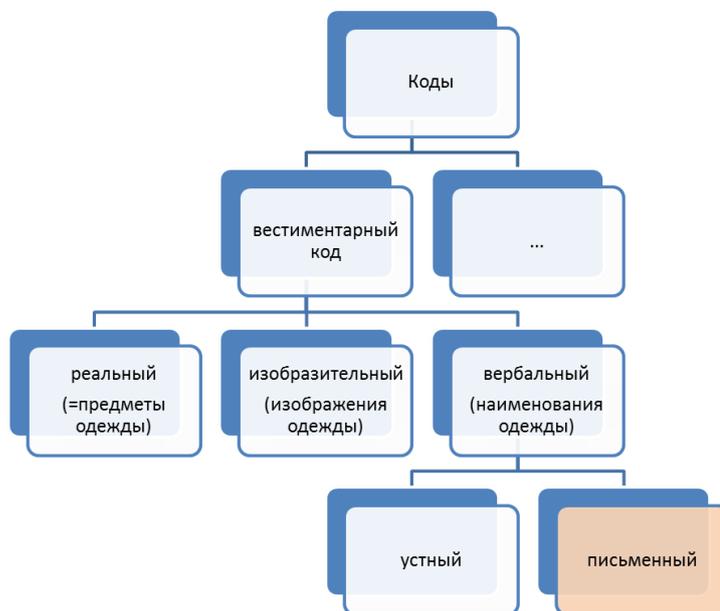
Во «Введении» обосновывается выбор темы исследования и ее актуальность, раскрывается научная новизна и теоретическая и практическая ценность, обосновывается выбор объекта и предмета исследования, определяются поставленные цели и задачи, перечисляются применяемые методы, формулируются положения, выносимые на защиту.

Первая глава «Теоретические основы лингвистического исследования феномена моды» посвящена проблеме изучения вербального вестиментарного кода как знаковой системы языка, обзору научных работ, раскрывающих содержание теории поля как способа систематизации и изучения лексических единиц, а также репрезентации моды в качестве объекта лингвистической науки и исследованию этого феномена как в историческом аспекте, так и с точки зрения его языкового отражения.

Человеческое мышление оперирует рядом схем, которые в семиотике и когнитивной лингвистике принято называть кодами. Код – это система знаков или символов, необходимых для передачи информации реципиенту в процессе коммуникации. Современная наука обладает широким разнообразием типов кодов (именной код, музыкальный код, астрономический код и т.д.). Говоря о системе моды как явлении, пронизывающем все сферы человеческой жизнедеятельности, знаковой системой могут быть как сами предметы и явления реальной действительности, так и их разнообразные графические изображения, и формальные описания. Иными словами, одежда сама по себе является знаком, использование которого построено на культуре и истории развития общества. Любой вид одежды может представлять собой образ, в том числе и графический. Практически любой вид одежды имеет наименование, что позволяет отнести ЛСП «Мода» к языковой знаковой системе. Также ЛСП

«Мода» имеет собственную, но, однако, сопоставимую с общеязыковой, систему записи через определенный набор звукобуквенных комплексов.

Несмотря на свою многозначность, как правило, сам термин «мода» ассоциируется в первую очередь с одеждой. Именно вербальный вестиментарный код, реализуемый в устной и письменной форме, представляет собой языковую знаковую систему, объединяющую наименование предметов одежды (эймонимов) женского, мужского и детского гардероба.



Для изучения системы языка на любом из его уровней, в том числе и лексическом, возникает необходимость в определении критериев классификации слов, а также наличие их общих и дифференциальных признаков. Данную задачу позволяет решить полевой подход, позволяющий выделить в языковой системе ЛСП «Мода» прототипические и периферийные элементы-эймонимы.

Наряду с объединением ряда общности единиц, лексико-семантическое поле является когнитивной единицей мышления, участвующей в формировании понятий, что придает полевому методу исследования лексических единиц большую актуальность при изучении способов вербализации того или иного концепта.

Вербальный вестиментарный код отражается в языке через языковые единицы, совокупность которых обозначается термином «лексико-семантическое поле». Данная система является открытой, способной к обновлению и пополнению за счет новых единиц, появляющихся в результате влияния экстралингвистических факторов. Совокупность лингвистических и экстралингвистических аспектов отражения вестиментарного кода в лингвокультуре составляет «лингвокультурологическое поле». Иными словами, вербальный вестиментарный код является сложной знаковой системой, находящей свое отражение как в языке, так и в лингвокультуре.

Мода, являясь глобальным явлением, охватывающим все сферы жизни, как социума, так и индивида, является объектом исследования различных гуманитарных наук. Обращение к истории моды как вестиментарного кода указывает на ее зарождение в глубокой древности. Исторический аспект изучения моды концентрируется на ее цикличности, а также быстрой смене стилей и направлений, приумножающихся в геометрической прогрессии от века к веку. Мода, подчиняясь основным законам царящей в обществе философии, претерпевала влияние интра- и экстралингвистических факторов, что находило свое отражение в системе языка. Существенное влияние на развитие вокабуляра ЛСП «Мода» оказала Высокая мода.

В наши дни вестиментарная мода переместилась с подиумов и страниц изданий о моде в виртуальный мир, что подчеркивает ее медиатичность, актуальность, соответствие духу времени и установкам и идеалам эпохи глобализации, доступности информации о модных новинках в едином мировом интернет-пространстве.

Вторая глава исследования «Способы пополнения ЛСП «Мода» во французском и английском языках» посвящена изучению проблематики словообразования во французском и английском языках и анализу пополнения вокабуляра лексико-семантического поля «Мода» в сравниваемых языках.

Основными общепризнанными способами пополнения лексического состава языка являются аффиксация, словосложение, аббревиация, конверсия, семантическое развитие и заимствование. Однако не все перечисленные способы пополнения вокабуляра присутствуют в ЛСП «Мода», так же как и их процентное соотношение во французском и английском языках не является идентичным.

Словарный состав – наиболее проницаемая, изменчивая и подвижная сторона языка, которая «непосредственно реагирует на то, что происходит в мире реальных», в ней отражаются наши представления о различных явлениях внеязыковой деятельности. Специфика словообразовательных процессов вестиментарного вербального кода заключается в наличии своего, особого набора доминирующих способов пополнения вокабуляра как во французском, так и английском языках.

Так, аффиксация, в классическом представлении являющаяся одним из наиболее продуктивных способов словообразования, в незначительной степени реализуется в ЛСП «Мода» в сравниваемых языках, существенно уступая словосложению и заимствованию. В сравниваемых языках данный способ словообразования представлен исключительно в виде суффиксации, в рамках ЛСП «Мода» не было выявлено эймонимов, образованных при помощи префиксации или одновременно прибавлением приставки и суффикса. При этом, если во французском языке исследование позволило выделить типичные для образования эймонимов суффиксы (*-on*, *-eur*, *-et*, *-ien*, *-ette*): *blouson*, *m*, *chemisette*, *f*, *débardeur*, *m*, *balconnet*, *m*, *saharienne*, *f*, то в английском языке частотных и продуктивных суффиксов для образования эймонимов обнаружено не было, что может объясняться как отсутствием

грамматического рода в английских именах существительных, так и стремлением англичан к обособлению и относительной закрытости языковой системы.

Словосложение занимает центральное место в настоящем исследовании. Являясь в классическом понимании менее продуктивным способом словообразования в сравнении с аффиксацией, в рамках ЛСП «Мода» сложение основ явилось центральным словообразовательным процессом как во французском, так и в английском языках. Современный этап развития лингвистической науки порождает необходимость переосмысления понимания сложного слова, отказ от устаревшего представления о сложном слове как о двух элементах языка, связанных дефисом или соединительной гласной. Вместе с признанием семантической неделимости сложного слова следует признать переход сложных слов из категории лингвистических объединений в более широкую категорию, являющуюся предметом изучения когнитивной лингвистики. Расширение внешних и внутренних границ сложного слова позволяет принять факт существования более 700 разновидностей сложных слов (согласно исследованию и классификации Мишель Матье Колас (Michel Mathieu-Colas), резюмированных Гастоном Гроссом (Gaston Gross) в 17 основных базовых типов номинального словосложения и 8 типов сложных распространенных лексических единиц):

1. Emprunts (Заимствования): *T-shirt, sweat*;
2. Onomatopées (Звукоподражания): *doudoune m.*;
3. Lettres, abréviations, sigles (Буквы, аббревиации, сокращения (сиглы): *A.J. (Armani Jeans), CK (Calvin Klein), ISL (Yves Saint Laurent)*;
4. Composés sur particules (Сложные слова, основанные на частицах): *sous-pull m., underwear*;
5. Composés sur cardinaux (сложные слова, основанные на количественных числительных): *примеров не обнаружено*;
6. Composés sur thèmes savants (Сложные слова, основанные на научных терминах): *примеров в проанализированном языковом материале не обнаружено*;
7. Composés sur verbes (Сложные слова, основанные на глаголах): *sweatshirt, pullover, cache-tétons*;
8. Composés sur adjectifs (Сложные слова, основанные на прилагательных): *примеров не обнаружено*;
9. Composés adj+nom (Сложные слова типа Прил+Сущ): *blue jeans, droit-fil*;
10. Сложные слова типа Сущ+Прил: *cafetan hassidique; broderie perlée*;
11. Сложные слова типа Сущ+Сущ: *baby doll; bretelle spaghetti*;
12. Сложные слова типа Сущ+предлог (de)+X: *pied-de-poule; ceinture de smoking*;
13. Сложные слова типа Сущ+предлог (à)+X: *prêt-à-porter*;

14. Сложные слова типа Сущ+предлог (en)+X: *sweat en coton; basket en cuir;*
15. Сложное слово типа Сущ+предлог+X: *doudoune sans manches;*
16. Сложное слово типа Сущ+X: *cast-offs;*
17. Сложное слово, основанное на фразе: *suivez-moi-jeune-homme.*

Также автор включает в данный список другие лексические образования, похожие на сложные слова, называя их «expansion» (сложные распространенные эймонимы):

1. Expansions de A+N: *faux leather biker-style skirt;*
2. Expansions de N+A: *jean slim lavage foncé;*
3. Expansions de N+N: *stretch jersey skirt;*
4. Expansions de N+de+N: *tongs bord de mer;*
5. Expansions de N+à+N: *doudoune réversible à capuche;*
6. Expansions de N+en+N: *blouson croisé en denim et jersey;*
7. Expansions de N+Prép+N: *jean super skinny avec effet usé;*
8. Expansions diverses: *pantalon longueur cheville à grandes rayures.*

Современное общество живет в эпоху так называемого «аттрактивного мышления» потребителя, иными словами, чтобы реализовать продукт, необходимо привлечь покупателя. Именно такие способы словообразования, как телескопия и аббревиация успешно реализуют аттрактивную функцию языка. Телескопия, являясь процессом комплексного характера, сочетающим в себе словосложение и аббревиацию, долгое время считалась «вспомогательным» способом словообразования. Однако все более частое обращение к образованию телескопных слов в сравниваемых языках дает ряду ученых основания считать телескопию одним из наиболее современных способов образования новой лексики. Необычность, экспрессивность, притягательность телескопного слова объясняют тяготение ЛСП «Мода» к данному способу пополнения вокабуляра: *nuiette, f, pantacourt, m.*

Аббревиация как явление, природа которого не до конца изучена, порождает много споров в ученой среде. В частности, не существует единой трактовки данного понятия, остается спорным вопрос о функционально-стилистическом статусе аббревиатур, а также разграничении аббревиатур и слов-телескопизмов. Однако в рамках ЛСП «Мода» во французском и английском языках данный процесс словообразования не является продуктивным и выражен преимущественно в начальных буквах имен и фамилий создателей брендовых марок одежды:

Y.S.L. – Yves Saint Laurent

C.K. – Calvin Klein

A.J. – Armani Jeans

T.H. – Tommy Hilfiger

Конверсия как способ словообразования получила наибольшее распространение среди языков аналитического строя, к которому относятся изучаемые в рамках настоящего исследования языки. Продуктивность данного способа словообразования особенно велика в английском языке по сравнению с французским, где почти любое слово и даже буква, может стать

основой для образования слова другой части речи: (*wow (interj.): expression of surprise* → *wow (n.): a great surprise* → *to wow (v): to surprise greatly*).

Продуктивность конверсии как способа словообразования объясняется расширением номинативных возможностей языка и поддержанием стремления системы языка к эргономии средств, являясь экономичным средством общения:

To pull over – *натягивать* → *pullover* - *свитер*

To turn up – *заворачивать, подворачивать* → *turn-up*

To lace-up - *зашнуровывать* → *lace-up* – *обувь на шнуровке*

Imperméable (adj.) непромокаемый → *Imperméable (m., n.) плащ*

Canadienne (adj.) канадская → *Canadienne (f., n.) куртка*

Déshabillé (adj.) раздетый, не одетый → *Déshabillé (m., n.) утреннее, домашнее платье*

Семантическое словообразование представляет собой сложный языковой процесс, при котором происходит образование значений многозначного слова, связанных между собой некоторым общим семантическим компонентом, но отличающихся компоновкой семантических признаков и лексико-грамматической сочетаемостью лексемы, употребленной в производном значении. Семантические процессы, происходящие при таком способе словообразования, основываются на метафорическом переносе, метонимическом переносе, генерализации и специализации исходного значения. Однако необходимо признать тот факт, что примеров «чистого» семантического развития, без привлечения других способов словообразования, в собранной базе французских и английских эймонимов обнаружить не удалось. Это, однако, не свидетельствует об отсутствии такого способа словообразования эймонимов во французском и английском языках, однако говорит о его крайне низкой частотности.

Заемствование лексических единиц, как правило, обусловлено как лингвистическими, так и экстралингвистическими причинами. На современном этапе развития общества, характеризующегося процессами глобализации и объединения различных наций и культур, язык не может не адаптироваться к изменяющимся условиям коммуникации, поэтому процесс заимствования иноязычной лексики приобрел масштабность и глобальность. Говоря о заимствовании лексических единиц во французском и английском языках, стоит указать на взаимность этого процесса. Наибольшее количество иноязычных слов пришло в английский язык из французского, как и во французский из английского. Однако проявление процесса заимствования лексики не является однородным с точки зрения исторического аспекта. Именно различие интра- и экстралингвистических факторов, господствующая философия, различия в культуре, менталитете, национальном характере представителей французского и английского социумов являются причиной попеременного языкового взаимовлияния: так, «*Low boots, pl (f)*» было заимствовано из английского языка во французский, тогда как французский эймоним «*Jupe-crayon*» пополнил микрополе «Женская одежда» в английском языке.

Итак, специфика словообразовательных процессов вестиментарного вербального кода во французском и английском языках заключается в наличии своего, особого набора доминирующих способов пополнения вокабуляра. Преобладающими в изучаемом ЛСП способами являются словосложение и заимствование. Значительная доля многокомпонентных эймонимов объясняется стремлением к конкретизации, более детальному описанию предметов одежды. Заимствование отражает социокультурные связи Франции и Великобритании, а также явление глобализации английского языка. Именно словосложение и заимствование являются доминирующими процессами в рамках ЛСП «Мода», существенно превосходящими в процентном соотношении все остальные способы обогащения словаря, что составляет изоморфную черту сравниваемых языков.

Третья глава исследования «Структура и способы пополнения ЛСП «Мода» как отражение системы письменного вербального вестиментарного кода во французском и английском языках» посвящена изучению особенностей структуры ЛСП «Мода» в сравниваемых языках, специфике строения и функционирования микрополей «Женская и мужская одежда» и «Детская одежда», а также выявлению общих и отличительных черт в словообразовательных системах сравниваемых языков.

ЛСП «Мода» может быть представлено в виде множества микрополей, наполняющих его содержание, однако рамки данного исследования сужаются до микрополей, имеющих референтную соотнесенность с одеждой, таких как «Мужская и женская одежда» и «Детская одежда». Потеря гендерной маркированности большинства предметов одежды (рубашка, джинсы, куртка, брюки) позволяет утверждать факт стирания границ и различий между мужской и женской модой и рассматривать эти некогда индивидуальные микрополя «Женская одежда» и «Мужская одежда» воедино.

Основными способами пополнения микрополя «Женская и мужская одежда» во французском языке являются:

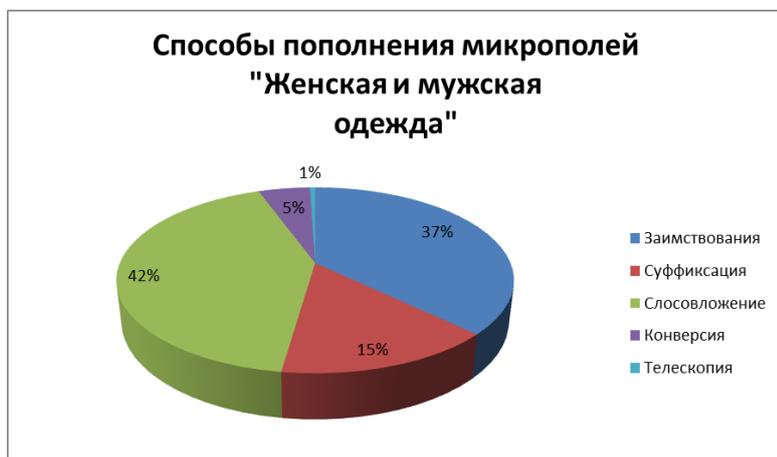
словосложение (47%): *Jupe crayon, Veste cardigan, Chemise en chambray*;

заимствование (37%): *Legging, Short*;

аффиксация (суффиксация) (15%): *culotte, bustier, socquette*;

конверсия (5%): *cravate, saharienne*;

телескопия (1%): *nuisette*.



Основным языком-донором, обогащающим микрополе «Женская и мужская одежда» во французском языке, является английский, при этом необходимо констатировать стремление системы французского языка к образованию билингвальных эймонимов:

Pull à capuche – свитер с капюшоном;

Short d'intérieur – домашние короткие штаны;

Shorty en dentelle – кружевные трусики;

Pantalon chino en lin melangé – льняные брюки цвета хаки.

Заметим, что часть недавно заимствованной лексики еще не зарегистрирована во французских словарях (например, слова *footsie*, *footgloves*) и, как следствие, не получила в языке артикля женского или мужского рода, однако активно внедряется в систему языка и взаимодействует с существующей в ней лексикой. Такое билингвальное словообразование, при котором заимствование (в большинстве случаев англицизм) взаимодействует с французскими лексическими единицами, образуя новый эймоним, является одной из ярко выраженных и все более частотных тенденций французского словообразования в рамках исследуемого ЛСП.

Микрополе «Детская одежда» заслуживает особого внимания в рамках данного исследования, поскольку обладает рядом особенностей, не характерных ни для одного другого микрополя, входящего в состав ЛСП «Мода». Особый интерес в данном случае представляют эймонимы, именующие одежду для новорожденных, как уникальные лексические единицы, встречающиеся только в рассматриваемом микрополе:

Grenouillère- ползунки, комбинезон для младенца

Brassière – детская распашонка

Dors-bien- пижама

Однако с точки зрения словообразования в микрополе «Детская одежда» во французском языке прослеживается общая тенденция: самой большой группой являются эймонимы, образованные при помощи словосложения (45%): *Cape de bain*, *Nid d'ange*, за ними следуют эймонимы, заимствованные особенно из английского языка (35%), однако они рассматриваются в микрополе «Женская и мужская одежда», так как

дублируют названия одежды для взрослых, затем можно выделить эймонимы, образованные при помощи аффиксации (суффиксации) (15%): *grenouillère, Dormeuse*, и конверсии (5%): *esquimau*.



Отметим, что большинство эймонимов микрополя «Детская одежда» появились в языке в середине или конце XX века и еще не успели войти в толковые словари французского языка.

В английском языке микрополе «Женская и мужская одежда» представлено тремя основными способами пополнения словарного состава:



Словосложение (60%): *Smart shirt, Middle gauge pique sweater*;

Заимствование (30%): *blouson, camisole*;

Аффиксация (суффиксация) (10%): *sweater, legging*.

Отметим, что с целью реализации аттрактивной функции языка в современном английском языке сложные слова могут быть основаны на аббревиатурах, буквах или сокращениях: *T blouse, T-shirt*.

Необходимо обратить внимание на тот факт, что, несмотря на общую тенденцию системы языка к эргономии средств, проявляющуюся в устном вербальном вестиментарном коде, наиболее частотными в микрополе «Женская и мужская одежда», выявленном на материале интернет-магазинов одежды, т.е. в письменном вербальном вестиментарном коде, являются эймонимы, состоящие из двух и более элементов, что объясняется необходимостью более детального описания предмета одежды, указания на его достоинства и преимущества перед другими товарами ввиду высокой конкуренции в мире моды. Таким образом, словообразовательные процессы ЛСП «Мода» в английском языке нарушают стереотипное представление о лаконичности как самоцели любой языковой системы.

В рамках микрополя «Детская одежда» в английском языке можно констатировать доминирование словосложения при образовании эймонимов, именующих одежду для новорожденных. Однако в английском языке словосложение является не просто доминирующим словообразовательным способом, но и единственным и уникальным в рамках рассматриваемого класса предметов одежды. Примечательно, что самый «популярный» предмет гардероба новорожденных обозначается эймонимом «All-in-one», что, возможно, объясняется функциональностью такого типа одежды, точного определения эймониму в словаре пока не дано, однако иллюстративный материал изучаемых интернет-источников позволяет сделать вывод о том, что под ним имеется в виду предмет одежды, объединяющий в себе два и более функциональных компонента:

All-in-one suit (Expansions de N+N) – детский комбинезон «все в одном»

Hooded all-in-one (Expansions de N+A) – цельный комбинезон с капюшоном и длинными рукавами

Sleeveless all-in-one (Expansions de N+A) – комбинезон без рукавов

Представляется важным указать на быструю реакцию создателей детской одежды на явления и события, происходящие в обществе. Так, в названии предметов детской одежды все чаще встречается междометие «Mimimi», вложенное создателями мультфильма «Мадагаскар» в уста маленького и симпатичного лемура:

Mimi le chat baby convertible sleeping bag

Данное междометие, культивировавшее появление целой «Мимимишной культуры», выражает умиление, трепетное чувство и употребляется с целью вызвать такого рода чувства у потенциального покупателя, подчеркивая, насколько милым и очаровательным является презентуемый предмет гардероба для новорожденных.

Наряду со словосложением в микрополе «Детская одежда» в результате исследования было зафиксировано небольшое количество заимствованных слов из французского языка. Например, французское прилагательное «faux» - фальшивый, неоднократно употребляется в составе различных «лексических расширений», например:

Faux fur hat with ears

Biker style faux sheepskin coat

Данный факт позволяет сделать вывод о наличии в английском языке билингвальных образований, однако, низкая частотность их употребления не позволяет вести речь о тенденции языкового развития в данном направлении.

Таким образом, на основании рассмотренных микрополей можно сделать вывод о том, что лексико-семантическое поле «Мода» одинаково масштабно представлено в сравниваемых языках. Структура ЛСП «Мода» идентична во французском и английском языках, однако лексическое наполнение ядра и периферии различно.

Под влиянием все более возрастающей в обществе роли английского языка происходит усреднение языковой модели репрезентации эймонимов на французском сайте, в частности, эймонимы теряют артикль, являющийся

неотъемлемым элементом как французского, так и английского имени существительного. Однако в вокабуляре, входящем в ЛСП «Мода» во французском языке, англоязычное влияние оказалось настолько велико, что привело к эллипсису артикля:

ROBE ÉVASÉE SANS MANCHE
PANTALON CHINO

Поскольку настоящее исследование касалось и исторического аспекта изучения развития моды и стиля, отметим, что по векам доминирование того или иного способа пополнения вокабуляра распределялось не равномерно. Одной из наиболее ярких тенденций современности является стремление к «англофилии» французского языка, установление доминирующей и главенствующей роли английского языка, распространение моды на повсеместную «англофилию», относительная закрытость и самодостаточность лексической системы английского языка, отсутствие притока свежих заимствований. Отметим, что национальный характер французов, желание удивить, эпатировать, проявляется и в выборе доминирующих словообразовательных способов, к примеру, аббревиации или телескопии. Английский язык, напротив, остается консервативным и на протяжении почти шести веков отдает пальму первенства суффиксации и словосложению, допуская проникновение сравнительно небольшого числа заимствованной лексики.

Также анализ эймонимов французской и английской версий сайта позволил констатировать общую билингвальную тенденцию: стремление к образованию сложных многоэлементных образований.

В заключении подводятся итоги исследования. Мода, как неотъемлемый феномен повседневной жизни, представляет интерес не только для исторических и философских наук, но и языкознания, в частности, являясь объектом исследования когнитивной лингвистики.

В процессе исторического развития мода претерпевала влияние как интра-, так и экстралингвистических факторов, подчиняясь основным видам царящей в обществе философии (от индивидуализма до глобализма). История моды насчитывает несколько веков, однако наиболее весомый вклад в развитие вербального вестиментарного кода внесли модные тенденции 19-21 веков. Заметное влияние на развитие вокабуляра ЛСП «Мода» в сравниваемых языках оказала и Высокая мода.

Одной из основных характеристик вестиментарной моды в наши дни является ее медиатичность и перемещение с подиумов и страниц изданий о моде в виртуальный мир. Также широкое распространение получил стиль «Casual», ввиду своего пограничного состояния между претензией на высокую моду и доступностью массовому потребителю.

Структура микрополя «Женская и мужская одежда» идентична в сравниваемых языках. Микрополе «Детская одежда» обладает рядом уникальных особенностей с точки зрения системы словообразования.

Значительную роль в обогащении вокабуляра лексико-семантического поля «Мода» играют заимствования, при этом является явно выраженным процесс взаимного языкового обогащения.

Основной чертой современного словообразования во французском языке является стремление к образованию билингвальных эймонимов. Эймонимы английского языка не проявляют стремления к билингвальности, однако можно констатировать стремление к образованию сложных слов и доминирование данного способа словообразования над всеми остальными. Во французском языке словообразовательная тенденция выглядит несколько иначе: при доминирующем словосложении, как основном способе словообразования, представляются продуктивными и активно развивающимися такие способы пополнения вокабуляра, как заимствование лексических единиц, суффиксация, конверсия и телескопия.

Сопоставительный анализ двух словообразовательных систем ЛСП «Мода» доказывает относительную самостоятельность словообразовательной системы английского языка, национальную вестиментарную автономию и лаконичность английского языка в сравнении с французской словообразовательной системой, прибегающей к заимствованию лексических единиц и образованию билингвальных эймонимов, пополняющих письменный вербальный вестиментарный код.

Итак, рабочая гипотеза исследования подтвердилась: общие тенденции в развитии мирового сообщества, проявляющиеся в вестиментарном коде, оказывают идентичное влияние на эволюцию *вербального* вестиментарного кода посредством сходных процессов в пополнении ЛСП «Мода» языков разных групп (романской и германской). Динамика словообразовательных процессов, типичных для вербального вестиментарного кода, неоднородна в исследуемых языках: во французском она отражает переход от суффиксального способа словообразования к конверсии, словосложению и телескопии; в английском доминирует словосложение, однако велика доля исконных слов и заимствований. Во французском и английском языках выражена общая тенденция развития словообразовательной системы – стремление к образованию сложных эймонимов ввиду потребности не только дать наименование, но и создать максимально точное описание номинируемого типа одежды при вербальной репрезентации одежды. Данная тенденция может претендовать на универсальность.

В **Приложении** приводятся схемы, отражающие структуру лексико-семантического поля «Мода».

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

в изданиях рекомендованных ВАК РФ:

1. **Скворцова Е.Е.** Эпонимы как средство словообразования в лексико-семантическом поле «Мода» // Известия Тульского

государственного университета. Гуманитарные науки. 2012. № 1-2. С. 477-484.

2. *Скворцова Е.Е.* Французские субстантивы, образованные при помощи конверсии, в составе лексико-семантического поля «Мода» (диахронный аспект) // Древняя и Новая Романия. – Т.12. - №2. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2013. С. 206-212.
3. *Скворцова Е.Е.* Особенности развития лексико-семантического поля «Мода» в XX веке (на материале французского языка) // Известия ТулГУ. 2013.- Гуманитарные науки. Выпуск 4. С. 406-411.
4. *Скворцова Е.Е.* Функциональные особенности языка моды // Древняя и новая Романия. Т. 14.- №2. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2014. С. 190-195.
5. *Скворцова Е.Е.* Языковое воплощение поликодовости моды как культурного явления (на материале русского, французского и английского языков) // Древняя и новая Романия. Т. 15.- №1. СПб.: Изд-во СПбГУ, 2015. С. 678-681.

в других изданиях:

6. *Скворцова Е.Е.* Лингвостилистические особенности заголовков (на примере французских журналов мод) // Роль университетов и музеев в проведение гуманитарных научных исследований: Материалы VI международной научно-практической конференции. Тула: Изд-во ТГПУ им. Л.Н.Толстого, 2011. С. 214-217.
7. *Скворцова Е.Е.* Лингвокультурные особенности концепта «Мода» // Университет XXI века: научное измерение: Материалы научной конференции профессорско-преподавательского состава, аспирантов, магистров и соискателей ТГПУ им. Л.Н.Толстого. Тула: Изд-во ТГПУ им. Л.Н.Толстого, 2012. С. 184-188.
8. *Скворцова Е.Е.* Французские заимствования в вокабуляре лексико-семантического поля «Мода» // Исследовательский потенциал молодых ученых: взгляд в будущее: Сб. материалов IX Регион. Науч.-практ. конф. аспирантов, соискателей, молодых ученых и магистрантов.-Тула: Изд-во Тул. гос. пед. ун-та им. Л.Н.Толстого, 2013. С.172-176.
9. *Скворцова Е.Е.* Заимствование англоязычной лексики как одна из современных тенденций развития французского языка (на примере

лексического пласта «Мода») // Исследовательский потенциал молодых ученых: взгляд в будущее: Сб. материалов IX Регион. Науч.-практ. конф. аспирантов, соискателей, молодых ученых и магистрантов.-Тула: Изд-во Тул. гос. пед. ун-та им. Л.Н.Толстого, 2013. С.172-176.

10. *Скворцова Е.Е.* Лексические особенности выражения концептосферы «Мода» в русском, французском и английском языках // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2013. № 10-2. С. 60-64.
11. *Скворцова Е.Е., Язынин А.Р.* // Лексико-семантическое поле «Мода» как вербальное языковое отражение концепта «Мода» в современном французском языке (на примере интернет-каталогов одежды) // Национальная ассоциация ученых (НАУ). VII международно-практическая конференция: «Отечественная наука в эпоху изменений: постулаты прошлого и теории нового времени». 2015. Часть 7. № 2 (7). С. 88-91.
12. *Разоренов Д.А., Игнатова И.В., Скворцова Е.Е.* Словообразовательные процессы лексико-семантического поля «Мода» (на материале французского языка). Монография. Тула: Тульский полиграфист, 2015. 92 с.

Отпечатано в Издательском центре ТГПУ им. Л. Н. Толстого.
300026, Тула, просп. Ленина, 125.
Подписано в печать 07.12.2015.
Формат 60×90/16. Бумага офсетная. Печать трафаретная.
Усл.-печ. л. 1,5. Тираж 120 экз. Заказ 15/073.

