

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«Тульский государственный педагогический университет

им. Л.Н. Толстого»

(ФГБОУ ВПО «ТГПУ им. Л.Н.Толстого»)

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

Диссертация

на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

Научный руководитель

Кандидат филол. наук, доцент

Разоренов Дмитрий Александрович

Тула 2015

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
ГЛАВА 1. Теоретические основы лингвистического исследования феномена моды	13
1.1. Вербальный вестиментарный код как знаковая система	13
1.2. Теория поля как способ систематизации и изучения лексических единиц	18
1.3. Мода как объект исследования гуманитарных наук	27
1.4. Историческое развитие моды как вестиментарного кода	35
1.5. Языковое отражение тенденций развития вестиментарного кода: стили и направления в моде	45
1.6. Языковое отражение истории развития вестиментарной моды	54
1.7. Отражение вестиментарного кода в интернет-коммуникации	69
Выводы по Главе 1	77
ГЛАВА 2. Способы пополнения ЛСП «Мода» во французском и английском языках	80
2.1. Способы пополнения лексического состава языка	81
2.1.1. Аффиксация	82
2.1.2. Словосложение	88
2.1.3. Телескопия	95
2.1.4. Аббревиация	97
2.1.5. Конверсия	102
2.1.6. Семантическое словообразование	105
2.1.7. Заимствование	106
Выводы по Главе 2	110
ГЛАВА 3. Структура и способы пополнения ЛСП «Мода» как	112

отражение системы письменного вербального вестиментарного кода во французском и английском языках	
3.1.1. Структура лексико-семантического поля «Мода» во французском языке и английском языках	112
3.1.2. Явление гиперонимии в ЛСП «Мода»	114
3.2. Особенности структуры ЛСП «Мода», отражаемой французской и английской версиями сайта одежды «Uniqlo»	116
3.3. Лексические особенности эймонимов микрополя «Женская и мужская одежда» во французском языке	120
3.4. Способы пополнения микрополя «Женская и мужская одежда» во французском языке	124
3.4.1. Заимствование	124
3.4.1. Аффиксация	131
3.4.3. Словосложение	135
3.4.4. Конверсия	141
3.4.5. Телескопия	143
3.5. Особенности микрополя «Детская одежда» во французском языке	145
3.6. Структура микрополей «Женская и мужская одежда» на английской версии сайта «Uniqlo»	153
3.7. Способы пополнения словарного состава ЛСП «Мода» в английском языке	156
3.7.1. Заимствование	156
3.7.2. Аффиксация	159
3.7.3. Словосложение	161
3.8. Особенности микрополя «Детская одежда» в английском языке	169
3.9. Сравнение способов пополнения словарного состава ЛСП «Мода» во французском и английском языках (на примере микрополей «Женская и мужская одежда»)	174

Выводы по Главе 3	180
Заключение	182
Список литературы	186
Приложение 1.	209

ВВЕДЕНИЕ

Термин «мода» является многозначным, и во многих словарях в первом, основном значении, понимается как одежда, смена ее форм и образцов, господство в определенной общественной среде в определенное время тех или иных вкусов, проявляющихся во внешних формах быта, в особенности, в одежде.

Одежда является неотъемлемой частью нашей жизни, необходимостью, вошедшей в быт человека в глубокой древности и выполняющей с течением времени одновременно несколько функций: 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 жизни людей. В XX в. Р.Бартом был описан вестиментарный код, в котором мода представлена как сложная система, функционирование которой подчинено законам Вселенной (Барт, 2004).

В данном исследовании понятие моды сопряжено с понятием одежды, поскольку именно наименования одежды являются вербальным, вещественным 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 культурные предпочтения.

Для обозначения наименований предметов одежды мы предлагаем ввести рабочий термин «эймоним» (от греч. *εἶμα* – *eima* – ‘garment’, ‘clothing’ (GCT) – одежда, одеяние и греч. *ὄνομα* – *онут* – «имя» (Варбот, 1998)), под которым подразумевается *лексическая единица, номинирующая предмет одежды*. Термин «эймоним», насколько нам известно, ранее не использовался в лингвистических работах, посвященных изучению способов номинации предметов одежды. Используемая в настоящее время терминология представлена следующими единицами: названия одежды

(Шунтова, 2009; Аппоев, 2011), лексика одежды (Шамигулова, 2013), наименования одежды (Архипова, 2007; Калинина, 2007), наименования предметов одежды (Полищук, 2008; Тихомирова, 2012), лексические единицы тематической группы «одежда» (Ермоленко, 2008), единицы лексико-семантической группы «одежда» (Матвеева, 2013), термины одежды (Исаева, 2014), слова, обозначающие виды одежды (Власичева, 2010). Мы предлагаем объединить все вышеозначенные термины одним наименованием – *эймоним*.

Необходимо отметить, что ранее, исследуя модные тенденции и их отражение в лексической системе французского и английского языков, мы использовали термин «модоним» (от лат. *modus* – мода и греч. *ὄνομα* – оном – «имя»), который обозначает предметы гардероба (включая одежду, обувь, головные уборы, аксессуары и даже украшения), популярные в тот или иной момент развития лингвосообщества. Термин «эймоним», на наш взгляд, предпочтителен, т.к. наиболее четко отражает сущность лексических единиц, включенных в материал настоящего диссертационного исследования, и удовлетворяет наиболее значимым требованиям к терминологии (Лотте, 1961): точность, однозначность, лаконичность, независимость от контекста употребления, систематичность (т.е. данный термин вписывается в систему имен-названий объектов и явлений действительности в метаязыке лингвистики: оним, топоним, антропоним и т.д.), отсутствие ассоциаций и синонимов.

«Мода», являясь абстрактной лингвистической переменной, представляет собой широкий интерес для изучения, являясь 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.

Несомненно, все вышеназванные процессы, катализированные явлением моды, нашли свое отражение в языке, как средстве человеческого общения. Такая многогранность и сложность явления моды позволили Р. Барту выделить так называемый вестиментарный код (Барт, 2004), 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*, 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, хотя отдельные вопросы, касающиеся исторического аспекта изучения корпуса единиц лексико-семантического поля «Мода» привлекали внимание таких исследователей, как И.В. Попова (Попова, 2007), Г.М. Ермоленко (Ермоленко, 2009), О.В. Чурсина (Чурсина, 2010), Д.А. Башкатова (Башкатова, 2010), С.Е. Груенко (Груенко, 2012), однако

вышеперечисленные работы охватывали корпус лексики русского и английского языков. Лексико-семантическое поле «Мода» не было объектом специального исследования в сопоставительном аспекте на материале французского и английского языков, как и не шла речь о моде как о лингвистической переменной, хотя были довольно полно раскрыты социальный, культурный и психологический аспекты моды.

Рабочая гипотеза исследования: 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).

Научная новизна диссертационного исследования заключается в следующем:

- лексико-семантическое поле «Мода» как лингвистическая переменная стало объектом сопоставительного исследования на материале французского и английского языков;
- предложен новый термин для обозначения лексических единиц, номинирующих предметы одежды – эймоним;
- 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;
- 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.

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

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

Целью настоящего исследования является изучение современного состояния и выявление способов пополнения ЛСП «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.

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 Dictionnary, Oxford Dictionary) и информационных интернет-ресурсов, элементы количественного подсчета данных. При необходимости привлекался также метод морфемного анализа.

На защиту выносятся следующие *положения*:

- 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 полевую интегрированность лексических единиц, проследить общие закономерности развития как микрополей, так и отдельных компонентов поля.

- 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, при том, что микрополе «Детская одежда» обладает в обоих языках рядом уникальных особенностей с точки зрения системы словообразования.

- 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.

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

- 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 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.

- Значительную роль в обогащении вокабуляра лексико-семантического поля «Мода» в сравниваемых языках играют заимствования, при этом явно вычленяется 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, предпринимается попытка классификации «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 приложений.

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

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ФЕНОМЕНА МОДЫ

1.1. Вербальный вестиментарный код как знаковая система

В современной лингвистике понятие кода стало довольно популярным (см. Гончарова, 2006; Болдырева, 2008; Девятайкина, 2009; Кекова, 2009; Фиш, 2009; Савинова, 2010; Мельникова, 2011), что обусловлено рядом причин. Во-первых, развитие семиотики и когнитивной лингвистики привело к пониманию того, что человеческое мышление оперирует целым рядом схем, позволяющих человеку познавать окружающий мир, интерпретировать знания о нем, вписывать эти знания в собственную когнитивную модель мира. Данные схемы, существующие в сознании человека в виде ментальных репрезентаций тех или иных отрезков действительности, в языке выражаются при помощи вербальных знаков. Декодирование этих знаков, зачастую автоматическое, позволяет человеческому мышлению правильно воспринимать информацию о мире и идентифицировать себя с некоей его частью, подсистемой. Во-вторых, лингвокультурологические исследования позволяют интерпретировать значительное количество существующих вербальных знаков через призму принадлежности индивида к той или иной культуре. Таким образом, понятие кода является значимым с точки зрения целого комплекса дисциплин, занимающихся проблемами изучения взаимосвязи человеческого мышления и языка.

Что же такое «код»? Обратимся к лексикографическим источникам с целью уточнения данного понятия.

КОД [франц. code] Система условных обозначений или сигналов для передачи (по каналу связи), обработки и хранения различной информации (ЭС).

Код (*фр.* code) 1) система условных сокращенных обозначений и названий, применяемых для передачи, обработки, хранения различной информации (*напр.*, дипломатического, коммерческого, военного или иного

характера); шифр; 2) система символов, применяемая для передачи сообщений по каналам связи, а также информации (данных), подлежащей обработке на ЭВМ, при передаче по каналам телемеханики; 3) к. генетический (нуклеотидный, белковый, аминокислотный) – система записи наследственной информации в молекулах нуклеиновых кислот, представленная у животных, растений, микроорганизмов и вирусов в виде последовательности нуклеотидов, предписывающей соответствующую последовательность аминокислот в синтезируемом белке (СИ).

Словарь терминов постомодернизма предлагает определение «кода», наиболее часто использующееся в науках гуманитарного цикла:

Код – франц., англ. code. Совокупность правил или ограничений, обеспечивающих функционирование речевой деятельности естественного языка или какой-либо знаковой системы: иными словами, код обеспечивает коммуникацию. Для этого он должен быть понятным для всех участников коммуникативного процесса и поэтому, согласно общепринятой точке зрения, носит конвенциональный характер (ПСТ).

Таким образом, код – это система знаков или символов, необходимых для передачи информации реципиенту в процессе коммуникации.

Различные типы знаковых систем, т.е. кодов, являются объектом многочисленных исследований в области лингвистики. Так, Р. Барт в знаковой для современной семиотики и лингвистике работе «Система моды. Статьи по семиотике культуры» перечисляет следующие виды кодов: коннотативный, естественный, искусственный, исторический, культурный, смешанный или псевдореальный, вестиментарный, иконический, вербальный (Барт, 2004).

Лингвист и психолог Н.И. Жинкин в работе «Речь как проводник информации» выделяет устный код, код внутренней речи, буквенный код, универсальный предметный и текстовый (денотатный) код (Жинкин, 1998).

Значительное количество филологических исследований посвящено выявлению компонентов различных кодов в произведениях писателей и

поэтов. Так, например, выделяются: именной код (Гончарова, 2006), астрономический код, театральный код, кинематографический код (Болдырева, 2008), живописный код (Савинова, 2010), сенсорный код (Фиш, 2009), христианский и мифологический коды (Кекова, 2009), топонимический код (Девятайкина, 2009), музыкальный, театральный, архитектурно-скульптурные коды (Мельникова, 2011).

Популярным направлением исследования кодирования информации является изучение культурологического кода, под которым понимается передача материального и духовного опыта, выработанного человечеством в период реальной, т.е. документально подтвержденной через артефакты и описания, историей (Шестак, 2003).

Естественно, упомянутые выше исследования не исчерпывают всего разнообразия типов кодов, исследованных к настоящему времени в современной науке.

Попытка классификации типов знаковых систем была предпринята А. Соломоником (Соломоник, 2004). Он выделил пять типов знаковых систем, находящихся в отношениях иерархии – от наиболее простых к самым сложным:

- знаковые системы, построенные на «естественных знаках»;
- образные знаковые системы;
- языковые знаковые системы;
- знаковые системы записи;
- математико-формализованные (кодовые) знаковые системы.

По мнению автора классификации, взаимодействие и соответствующее изменение каждого вида кодирования происходит внутри человеческого сознания постоянно (Соломоник, 2004).

Говоря о системе моды как социокультурного явления, пронизывающего все сферы человеческой жизнедеятельности, знаковой системой могут быть как сами предметы и явления реальной действительности, так и их разнообразные графические изображения и

вербальные описания (Барт, 2004), что фактически включает систему моды в четыре из пяти знаковых систем, перечисленных выше:

- одежда является естественным знаком, использование которого регламентируется культурой и историей развития того или иного общества; знаковые системы, построенные на «естественных знаках»;

- любой вид одежды может представлять собой образ, в том числе, и графический (Лагода, 2012);

- практически любой вид одежды имеет свое наименование (в данном исследовании именуемое эймонимом), следовательно, ЛСП «Мода» представляет собой языковую знаковую систему;

- ЛСП «Мода» имеет собственную, однако сопоставимую с общеязыковой, систему записи через определенный набор звуко-буквенных комплексов.

Выше мы неоднократно употребляли слова «мода» и «одежда», не дифференцируя данных понятий. Необходимо пояснить в этой связи, что, как правило, слово «мода» ассоциируется, в первую очередь, с одеждой. По справедливому замечанию Ф.Л. Косицкой, «именно одежда, в отличие от других предметов и форм культуры, универсальна в использовании и легко изменяется. Она является тем объектом, в котором человек непосредственно выражает свое художественное мировоззрение» (Косицкая, 2014: 22).

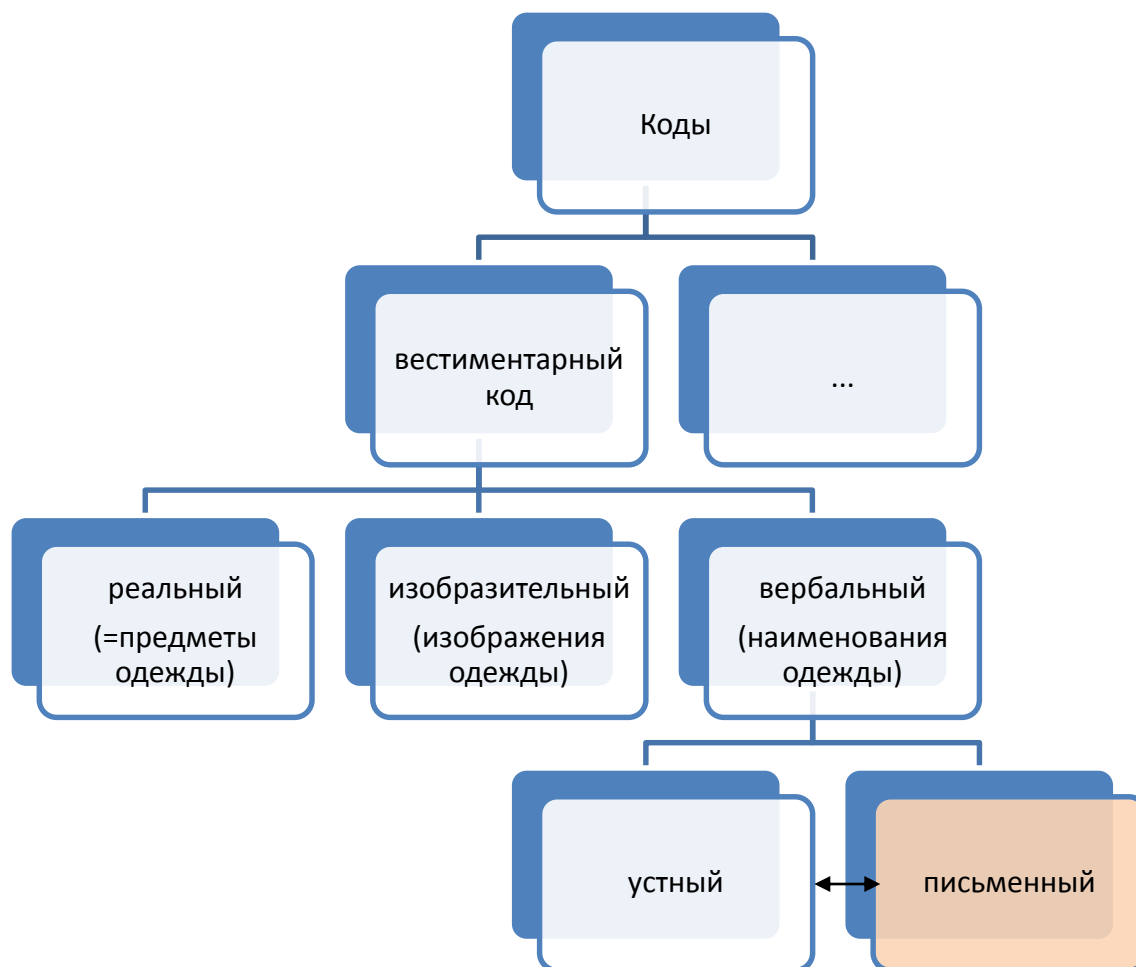
Естественно, вестиментарная мода – не единственный аспект сложного и многокомпонентного явления моды, т.к. последняя может проявляться в совершенно разных сферах жизнедеятельности человека (искусство, политика, язык, образование, техника, социальные отношения и т.д.).

В данном исследовании основное внимание уделяется *вербальному вестиментарному коду* (в терминологии Р. Барта), т.е. языковым средствам, номинирующим предметы женского, мужского и детского гардероба во французском и английском языках. В качестве источников материала исследования были избраны интернет-ресурсы (онлайн-магазины одежды),

т.к. изменчивость современного общества очень ярко проявляются именно в виртуальной среде.

Необходимо отметить, что подобно тому, как язык существует в устной и письменной формах, так и вербальный вестиментарный код, предположительно, должен подразделяться на устный и письменный. В пользу такого членения вестиментарного кода свидетельствует тот факт, что собирая фактический языковой материал при проведении данного исследования, мы отметили, что наименования одежды (= эймонимы) в интернет-каталогах одежды имеют сложное строение, включающее само наименование одежды и дополнительный описательный компонент, использующийся с целью наиболее точной категоризации обозначаемого вида одежды; в речи же, как правило, такой описательный компонент эймонима отсутствует. На приводимом ниже рисунке мы схематично обозначаем место исследуемого материала в системе кодов. Учитывая тот факт, что точное количество кодов в современной науке еще не определено, графа с наименованиями видов кодов не заполнена (отмечена многоточием). Двухнаправленная стрелка между компонентами рисунка обозначает условность разделения вербального вестиментарного кода на устный и письменный, т.к. при определенных условиях (например, рубрикация одежды в интернет-каталоге, точное описание предмета гардероба в речи) ряд простых по составу наименований одежды, характерных для устного кода, может использоваться в письменном коде, и, наоборот, в устном коде могут использоваться многокомпонентные эймонимы.

Рисунок 1. Вестиментарный код: иерархия компонентов



Таким образом, вербальный вестиментарный код представляет собой языковую знаковую систему, объединяющую наименования предметов одежды (далее именуемых эймонимами) женского, мужского и детского гардероба. В зависимости от типа коммуникации вербальный вестиментарный код подразделяется на условно разграничиваемые устный и письменный.

1.2. Теория поля как способ систематизации и изучения лексических единиц

Теория поля в лингвистике имеет довольно долгую историю развития. Традиционно термины «семантическое поле» и «лексико-семантическое поле» рассматриваются как синонимы. Некоторые ученые-лингвисты не разделяют эти термины вообще. Например, Ю.Н. Караулов не

дифференцирует понятия «семантическое поле» и «лексико-семантическое поле», считая их синонимами. Под семантическим (лексико-семантическим) полем он понимает «группу слов одного языка, тесно связанных друг с другом по смыслу» (Караулов, 2007: 210). Однако в некоторых работах можно найти как указание на различие лексического и семантического полей, так и примеры анализа этих различий (Schwischay, 2002).

Выявление полей в языке стало возможным благодаря признанию положения о системности языка. Данное положение, восходящее к теориям Бодуэна де Куртенэ (1963) и Ф. де Соссюра (1977), в настоящее время считается общепризнанным в отечественной и зарубежной лингвистике. Термин «система» применительно к языку означает «совокупность элементов, которая характеризуется:

- 1) закономерными отношениями между элементами;
- 2) целостностью как результатом этого взаимодействия;
- 3) автономностью поведения;
- 4) несуммарностью (неаддитивностью) свойств системы по отношению к свойствам составляющих ее элементов» (СЛТ).

Системность языка проявляется на всех уровнях, в том числе, и на лексическом. Слова могут объединяться по разным критериям: семантическому, морфологическому, структурному, словообразовательному, этимологическому и т.д. В основе таких группировок лексических единиц лежат их общие и дифференциальные признаки.

По утверждению А.А. Уфимцевой, «благодаря многообразию смысловых связей лексем в языковой системе выделяются разнообразные типы групп слов: предметные (или тематические) терминологические, этимологические, лексико-семантические группы, понятийные (семантические) поля и другие общности слов» (Уфимцева, 1961: 233).

Основные подходы к систематизации лексики в современной лингвистике можно условно разделить на три группы:

- 1) полевой подход, при котором изучаются элементы семантического поля в терминах ядра и периферии;
- 2) описание взаимосвязи и взаимодействия мельчайших компонентов структуры значения слова;
- 3) изучение лексико-семантических группировок слов с выделением общих и дифференциальных семантических признаков.

Для решения задач настоящего исследования полевой подход, как метод отбора, классификации и изучения языкового материала, представляется наиболее продуктивным, т.к. естественная категоризация предметов одежды обуславливает наличие ядра и периферии, что проецируется и на языковую систему – в виде прототипических (ядерных) и периферийных элементов-эймонимов.

Полевой метод имеет долгую историю становления. Еще в XIX веке в трудах М.М. Покровского появилось утверждение о том, что лексика языка может рассматриваться в виде систем слов, основанием для выделения которых является системность человеческих представлений об окружающей действительности (Покровский, 1959).

Дальнейшее исследование семантических полей было продолжено в работах Г. Ипсена, И. Трира, А.И. Смирницкого, Л.В. Щербы, Г.С. Щура и многих других ученых-лингвистов.

В начале XX века разработкой полевого метода в лингвистике занимались преимущественно немецкие ученые. Так, И. Трир, считающийся основоположником полевого метода, рассматривал группировки слов в их предметно-понятийных связях и выделял в системе языка закрытые понятийные (семантические) и словесные (лексические) поля. С современной точки зрения, теория И. Трира не совсем верна, т.к. постоянно развивающийся язык чутко реагирует на изменения в жизни человеческого социума путем создания новых лексических единиц и переосмысления уже существующих, поэтому лексико-семантические поля не могут быть закрытыми группами слов, границы которых строго очерчены и

непроницаемы. Тем не менее, заслуга И. Трира несомненна, т.к. именно его работы и работы других немецких лингвистов (В. Порциг, А. Йоллес, Г. Ипсен и др.) дали толчок к плодотворному развитию теории поля в языкознании (см. работы Л. Вайсгербера, К. Ройнинга и др.).

В англоязычном языкознании теория поля также нашла свое применение. Так, например, Дж. Лайонз признает универсальной идею полевой организации лексики любого языка, отмечая, однако тот факт, что «категоризация конкретных полей разными языками может проводиться различным образом» (Лайонз, 2010).

Д. Кристал считает полевой подход к изучению лексического состава языка не бесспорным, но плодотворным с точки зрения возможностей выявления особенностей вербальной репрезентации тех или иных участков действительности и семантических взаимоотношений в лексике (Crystal, 1996).

Э. Финеган, развивая теорию семантического поля на примере цветообозначений, говорит о неравнозначности элементов подобной формы организации лексики, в которой можно определить ядро и периферию в зависимости от степени выраженности того или иного семантического признака (Finegan, 2008).

Л.Дж. Бринтон определяет семантическое поле через отношения включения – гипонимии: семантическое поле представляет собой сегмент реальности, отраженный на уровне языка через слова, объединенные общим семантическим значением. Это общее значение, реализованное в словоформе, является гиперонимом по отношению к остальным конституентам поля (Brinton, 2010).

Теория поля развивается в многочисленных работах французских лингвистов. По мнению Н.П. Анисимовой, концепция семантических полей, разработанная немецкими лингвистами, во французском языкознании претерпевает некоторые изменения: «поле понимается то как некий социальный сектор (G. Matoré, B. Quémada, J. Dubois, L. Guilbert), то как

некая культурная сфера (P. Guiraud, G. Mounin), то как текстовая зона (P. Guiraud, A. Greimas). Смысловые отношения внутри поля определяются структурами социологического, культурного или стилистического порядка. Таким образом, создаются лексикологические (Matoré), тематические (Guiraud), семантические поля (номенклатуры) (Mounin), строение которых зависит от чисто лингвистических отношений: парадигматические и деривационные (Dubois, Guiraud) или синтагматические и дистрибутивные (Dubois, Guilbert) (см. Анисимова, 2002; Schwischay, 2002; Howard, 2000).

В отечественной лингвистике основным продолжателем идей М.М. Покровского в области теории поля является В.В. Виноградов, в работах которого указывается на свойство любого языка соединять понятия и их группировки в своего рода «пучки», комплексные единства (Виноградов, 1982: 18). Такие комплексы и взаимоотношения между ними и их конститuentами не статичны, а подвержены постоянным изменениям по мере развития языка. Данное положение очень важно для настоящего исследования, т.к. подчеркивает идею динамичности семантического поля, его изменения со временем, что мы и попытались доказать на материале ЛСП «Мода» французского языка.

Детальный анализ способов интерпретации термина «семантическое поле» проводится в фундаментальном исследовании Г.С. Щура «Теории поля в лингвистике» (Щур, 2009). Автор выделяет два основных подхода к выделению полей в языке: парадигматический (представители – Й. Трир и Л. Вайсгербер) и синтагматический (представитель – В. Порциг). Парадигматические и синтагматические подходы к рассмотрению полей – не единственная тенденция. Как пишет Г.С. Щур: «Все явственнее проступает тенденция рассматривать поле как межуровневое явление» (Щур, 2008: 73). Среди ученых, использующих такой подход, автор монографии называет Ф. Брюно и О. Есперсена.

Несмотря на разницу в подходах к выделению и изучению семантического поля, значительное количество исследователей в качестве

основы для объединения элементов поля рассматривают некий общий дифференциальный признак. Так, Б.Ю. Городецкий считает, что СП – это «совокупность семантических единиц, имеющих фиксированное сходство в каком-нибудь семантическом слое и связанных специфическими семантическими отношениями» (Городецкий, 1969: 173). По мнению М.А. Кронгауза, «семантическим полем называется множество слов, объединенных общностью содержания, имеющих общую нетривиальную часть в толковании» (Кронгауз, 2005: 130). А.М. Кузнецов под этим термином понимает «совокупность языковых (главным образом лексических) единиц, объединенных общностью содержания и отражающих понятийное, предметное или функциональное сходство обозначаемых явлений» (Кузнецов, 1990: 381).

Приведенные выше определения семантического поля демонстрируют, что при выделении любого подобного лексического объединения необходим основной признак («общность содержания», «общий семантический признак», «тематическая общность»), без которого невозможно выявить набор единиц поля, а также очертить его границы. Наряду с этим принципиально значимым признаком выделяются и другие признаки поля.

Основные, наиболее важные признаки поля были выделены З.Д. Поповой и И.А. Стерниным (Попова, 1989):

1. Поле представляет собой инвентарь элементов, связанных между собой системными отношениями.
2. Элементы, образующие поле, имеют семантическую общность и выполняют в языке единую функцию.
3. Поле объединяет однородные и разнородные элементы.
4. Поле образуется из составных частей – микрополей, число которых должно быть не меньше двух.

5. Поле имеет вертикальную и горизонтальную организацию. Вертикальная организация – структура микрополей, горизонтальная – взаимоотношение микрополей.

6. В составе поля выделяются ядерные и периферийные конституенты. Ядро консолидируется вокруг компонента-доминанты.

7. Ядерные конституенты выполняют функцию поля наиболее однозначно, наиболее частотны по сравнению с другими конституентами и обязательны для данного поля.

8. Между ядром и периферией осуществляется распределение выполняемых полем функций: часть функций приходится на ядро, часть – на периферию.

9. Граница между ядром и периферией является размытой.

10. Конституенты поля могут принадлежать к ядру одного поля и периферии другого поля или полей.

11. Равные поля отчасти накладываются друг на друга, образуя зоны постепенных переходов, что является законом полевой организации системы языка.

Единицей лексико-семантического поля является слово, а точнее, лексико-семантический вариант слова (если оно многозначно). Границы лексико-семантических полей в живом языке относительны, размыты. Количество единиц поля может варьировать от сравнительно небольшого до очень большого, поэтому, наряду со значительными по своему объему полями, в их составе выделяются более мелкие объединения лексем – микрополя. Если условно представить поле в виде сферы, то его единицы будут располагаться слоями, на разном удалении от ядра в зависимости от степени их семантической близости к общему значению поля. Общее значение наиболее ярко и полно представлено в ядре и в центре семантического поля и постепенно угасает по мере удаления к периферии. Т.к. резкой границы между центром и периферией лексико-семантического

поля и между смежными полями нет, нет и скачкообразного перехода в семантике соответствующих лексических единиц.

Еще одним важным положением является признание того, что семантическое поле – это не только объединение единиц, обладающих некоторой общностью, на уровне языка, но и то, что такое объединение является отражением мыслительной деятельности человека: «семантическое поле находится не только в языке, но и в голове человека», т.е. является когнитивной единицей мышления, участвующей в формировании определенного понятия (Шафиков, 1999: 38).

Дальнейшее развитие теория поля получила в области лингвокультурологии, где под термином «лингвокультурологическое поле» (ЛКП) понимается иерархическая система единиц, обладающих общим значением и отражающих в себе систему соответствующих понятий культуры (Воробьев, 2008). Единицы поля (в терминологии В.В. Воробьева - лингвокультуремы) обладают своеобразной двухмерностью, т.е. они представляют собой форму отражения языкового и неязыкового содержания обозначаемого предмета. Таким образом, лингвокультурологическое поле синтезирует в себе собственно языковое и культурологическое содержание: «языковой знак ... сигнализирует не только «поверхностное» собственно языковое значение, но и «глубинное» содержание (смысл) как факт (элемент, сегмент) культуры» (Воробьев, 2008: 48).

Как и общелингвистическая теория поля, лингвокультурология выделяет ядро и периферию в составе ЛКП. Согласно В.В. Воробьеву, наиболее значимыми компонентами ЛКП являются:

- имя (ядро) поля и его инвариантный лингвокультурологический смысл (интенционал имени и поля);
- классы (группы) лингвокультурем как единиц-единств собственно языкового и внеязыкового содержания (экстенционал поля): центр и периферия;
- категориальные отношения лингвокультурем в поле;

- парадигматика лингвокультурем и их синтагматика.

Таким образом, ЛКП понимается как иерархическая структура множества лингвокультурем, обладающая общим (инвариантным) смыслом, характеризующим определенную культурную сферу. В ЛКП можно условно выделить субполя, или группы лингвокультурем (микрополя), относящиеся к различным сферам духовной и материальной культуры.

В данной работе термин «лексико-семантическое поле» синонимичен «семантическому полю», т.к. мельчайшие нюансы различий данных терминов, которые можно теоретически выделить, не представляют большой значимости для решения задач настоящего исследования, в котором метод семантического поля используется для выявления входящего в ЛСП «Мода» корпуса лексических единиц и структурирования микрополевой модели данного объединения лексики.

Термин ЛКП в данном исследовании применяется для обозначения поля, сущностными характеристиками которого являются не только разноуровневые признаки языковых компонентов, объединенных общей семантикой моды, но и глубинные экстралингвистические тенденции, приведшие к появлению таких языковых единиц и их развитию в изучаемых лингвокультурах.

Итак, можно констатировать тот факт, что полевой подход к изучению лексического состава языка, имеющий долгую историю становления в лингвистике, является общепризнанным, продуктивным и популярным в современном языкознании. Тем не менее, ряд вопросов, связанных с природой семантического поля, способами выделения полей и определения их структурной организации и отношений между компонентами, носит дискуссионный характер. Кроме того, результаты изучения конкретных лексико-семантических полей могут составить основу для когнитивного изучения языка, а именно, изучения способов вербализации того или иного концепта. Такое положение вещей в современной лингвистике свидетельствует о том, что традиционные структурные исследования и

когнитивные смыкаются, в результате чего при анализе той или иной лексической подсистемы учитываются как лингвистические, так и экстралингвистические факторы. Фактически, выявление единиц ЛСП и моделирование его структуры может служить одним из этапов лингвокогнитивного изучения концепта, а именно, построение его номинативного поля (Попова, 2007; Кудинова, 2008).

Еще одним немаловажным аспектом теоретического описания и практического изучения вербального вестиментарного кода является соотношение последнего с понятиями ЛСП и ЛКП. Мы считаем, что вербальный вестиментарный код в языке отражается через языковые единицы, совокупность которых можно обозначить термином «лексико-семантическое поле». Данная система является открытой, т.е. способной к обновлению, пополнению за счет новых единиц, появляющихся в результате влияния экстралингвистических факторов культурного, исторического, социального, политического и т.д. характера. Совокупность же лингвистических и экстралингвистических аспектов отражения вестиментарного кода в лингвокультуре может быть обозначена термином «лингвокультурологическое поле». Таким образом, можно констатировать, что вербальный вестиментарный код является сложной знаковой системой, отражающейся как в языке, так и в лингвокультуре.

1.3. Мода как объект исследования гуманитарных наук

Мода – это один из значимых механизмов, организующих жизнь общества и регулирующих поведение людей в нем. Мода подчиняет своему влиянию не только бытовую, но и ментальную сферу жизни человека. При этом мода не просто важный социальный регулятор, но и культурный феномен. Иными словами, мода – одна из актуальных тем повседневной жизни современного человека. В широком смысле слова, мода – это господство определенного вкуса в некой сфере жизни.

Феномен моды является одним из наиболее наглядных примеров того, как соотносится мыслительная деятельность и язык. Интересным представляется сравнить дефиниции слова «мода» в различных языках:

Согласно определению В. Даля, «мода» – это ходящий обычай; временная, изменчивая прихоть в житейском быту, в обществе, в покрое одежды и в нарядах (СД).

В словаре русского языка представлены несколько значений слова «Мода»:

1. Господство в определенной общественной среде в определенное время тех или иных вкусов, проявляющихся во внешних формах быта, в особенности в одежде.

2. Образцы предметов одежды, отвечающие господствующим вкусам данного момента.

3. *Прост.* обыкновение (СРЯ).

Специализированный словарь одежды предлагает такое определение изучаемого термина:

Мода (франц. *mode* от лат. *modus* – мера, образ, способ, правило, предписание) – быстрое широкое распространение и кратковременное господство определенных вкусов в отношении одежды, предметов быта или в какой-либо другой сфере жизни или культуры (ТСО).

Во французском языке «*mode*, n. f. – *Manière individuelle de vivre, d'agir, de penser. convenance, façon, fantaisie, manière. Manière collective de vivre, de penser, propre à une époque, à un pays, à un milieu. Goûts collectifs, manières de vivre, de sentir qui paraissent de bon ton à un moment donné dans une société déterminée. vogue. À LA MODE: conforme au goût du jour, en vogue. C'est à la mode* (cf. *C'est à la page*, le dernier cri*, dans le vent**). *Ce n'est plus à la mode, c'est passé de mode.* → démodé. → fam. branché, câblé. LA MODE: les habitudes collectives et passagères en matière d'habillement. *Mode masculine, féminine, enfantine. La mode printemps-été. Suivre la mode. S'habiller à la dernière mode. Ce genre de manteau est à la mode cet hiver.* → se faire, se

porter. Commerce, industrie du vêtement → confection, couture, prêt-à-porter (PR).

В английском языке существует несколько слов, обозначающих понятие «мода». Интересен тот факт, что все они являются заимствованиями разных периодов из французского языка, что, свидетельствует о тесных связях французской и британской лингвокультур в изучаемой сфере, наличии значительного влияния Франции на своего «этнического соседа» в XIIV-XVII веках (Разоренов, 2010: 331):

- fashion (с.1300, “shape, manner, mode”, from Old French *façon* (12c.) “face, appearance; construction, pattern, design; thing done; beauty; manner, characteristic feature, from Latin *factionem* (nominative *factio*) “group of people acting together”, literally “a making or doing”, from *facere* “to make”. Sense of “prevailing custom” is from late 15c.; that of “style of attire” is from 1520s.) (ED);

- mode (current fashion, 1640s, from French *mode* “manner, fashion, style” (15c.), from Latin *modus* “manner” [ED]);

- vogue (1570s, *the vogue*, “height of popularity or accepted fashion”, from Middle French *vogue* “fashion, success”).

В современном английском языке эти слова имеют следующие значения:

Fashion – is a popular or the latest style of clothing, hair, decoration, or behaviour; a manner of doing something» [OD; 310];

- a popular way of dressing during a particular time or among a particular group of people; the business of creating and selling clothes in new styles [MWD]

Mode – a prevailing fashion or style (as of dress or behavior) [MWD]

- *formal* a particular way or style of behaving, living or doing something [LDCE];

Vogue – something (such as a way of dressing or behaving) that is fashionable or popular in a particular time and place [MWD];

- a popular and fashionable style, activity, method etc [= fashion] [LDCE]

Основываясь на материале вышеприведенных дефиниций, можно сделать вывод, что явление моды необычайно широко и охватывает различные сферы жизни: как индивидуалистический, так и коллективный подход к организации быта и деятельности людей, коллективный вкус, реализацию современных тенденций в одежде, образе жизни в целом. Следует заметить, что во всех определениях, данных на трех языках, присутствует акцент на проходящий, непостоянный характер моды, на ее изменчивость, что свидетельствует и о потенциальной способности моды влиять на изменение словарного состава языка, реализующего взаимодействие между самой модой и ее потребителями.

Таким образом, рабочее определение термина «мода» таково: мода – это форма проявления культуры, отражение действительности, проявляющееся как в манере поведения, так и в одежде. В данном исследовании понятие моды используется в узком смысле – вестиментарная мода.

Мода, являясь комплексным и сложным явлением, может изучаться с различных точек зрения. Как отмечает А.Б. Гофман, мода – «это явление целостное и универсальное, оно расположилось в самых разных областях жизнедеятельности человека: экономической, психологической, эстетической и пр.» (Гофман, 1994: 3), и, следовательно, изучение данного явления имеет междисциплинарный характер.

Рассмотрим определения «моды», предлагаемые учеными-представителями разных гуманитарных наук.

Как отмечает М.В. Грусман, с точки зрения культурологии мода «исследуется в различных контекстах, причем не как средство прояснения других вопросов, а как отдельный феномен» (Грусман, 2010: 3). Исследованию феномена моды в культурологическом контексте посвящены работы П.Г. Богатырева, М.В. Захарченко, С.Н. Иконниковой, Ю.В. Наседкиной. Определяя сущность данного феномена, представляется

важным рассмотреть определение понятия «мода», предложенное С.Н. Иконниковой: «мода» – это «подражание образцу, удовлетворение потребностей в социальной опоре <...> наряду с подражанием мода удовлетворяет потребность в различии, выделении из общей массы» (Иконникова, 1998: 313). Таким образом, можно утверждать, что культурология рассматривает моду как культурно-семиотический и психологический феномен.

В рамках искусствоведения мода также рассматривается с разных точек зрения: это и эстетическая сторона (материальное воплощение духовных потребностей человека – стремление к красоте во внешнем облике, изменение и развитие социальных норм поведения и т.д.), и негативное восприятие феномена моды в искусстве («мода на моду» в литературе, живописи или музыке неприемлема, т.к. это является препятствием для реализации замысла творческой личности). Например, композитор и теоретик искусства Н.К.Метнер утверждал, что «мода существовала всегда и во всех областях, но мода на моду в искусстве появилась только в наше время» (цит. по: Грусман, 2010: 4).

С точки зрения истории, мода может стать основой изучения особенностей становления и развития вестиментарной составляющей процесса цивилизации. Кроме того, значительный интерес вызывают исследования по истории костюма, технологии производства одежды для подиумов и массового производства (см., например, Шабаркина, 2004; Королева, 2008; Калинина, 2008).

Социологический подход исследует глубинные механизмы возникновения и функционирования моды в обществе. Именно в рамках социологии феномен моды изучен наиболее широко, т.к. социология – наука, напрямую связанная с жизнью современного общества и исследующая все происходящие в нем изменения. Как утверждает А.Б. Гофман, с точки зрения социологии, мода – это «одна из форм, один из механизмов социальной регуляции и саморегуляции человеческого

поведения, индивидуального, группового и массового» (Гофман, 1994: 9). Необходимо отметить тот факт, что мода по своей природе циклична: зачастую «новинками» становятся элементы одежды, которые были популярны в прошлом. Вероятно, подобная цикличность моды обусловлена особенностями человеческого восприятия времени как «циклической модели» (Разоренов, 2010: 330).

Как социальное явление, мода может изучаться с точки зрения выявления преобладающих культурных процессов в том или ином сообществе. Мода – явление массовое, вне общества для человека оно не имеет смысла. Г. Зиммель (Зиммель, 1999: 67) выдвинул «элитарную концепцию» моды, объясняя причины возникновения и механизмы функционирования моды, основываясь на особенностях психологии и поведения различных социальных групп. Согласно этой концепции, низшие слои стремятся подражать элите, тем самым демонстрируя иллюзорную общность с высшими классами. Таким образом, модные стандарты и образцы постепенно переходят сверху вниз, достигая низших слоев общества, распространяясь в обществе в целом – так возникает массовая мода. Социальная элита принимает новые образцы в качестве модных с целью обозначить вновь и сохранить свой статус и отличие от остальной массы. Массы вновь стараются овладеть модными стандартами и образцами высших слоев, стремясь к более высокому социальному статусу.

Однако в XX в. элитарная теория моды подверглась критике (в частности, американским социологом Г.-Дж. Блумером) за преувеличение роли элиты в процессе функционирования моды. Мода связана с массовым выбором и массовым поведением. В современном обществе ведущую роль играет средний класс, который и является законодателем моды вследствие своего промежуточного относительно неустойчивого положения в обществе: с одной стороны, стремясь повысить свой социальный статус, он подражает элите, с другой стороны, подчеркивает свое отличие от низших

социальных слоев. В XX в. многие новые направления в моде возникли в низших слоях общества – джаз, джинсовая мода и т.п.

Мода может изучаться и с точки зрения лингвистики, прежде всего потому, что благодаря ей лексический состав языка претерпевает значительные изменения. Кроме того, являясь частью ментальной деятельности человека, мода помогает формировать языковую картину мира, и с точки зрения когнитивистики может быть рассмотрена как категория, содержащая в себе множество концептов (концепт Одежда, Обувь, Цвет, Ткань, Дизайнеры, Париж, Франция и т.д.).

Как отмечает Р. Барт (Барт, 2004), социология и языковые реалии тесно связаны, т.к. модные тенденции распространяются посредством журналов (т.е. через текст), что сегодня приняло массовые масштабы – во Франции половина всех женщин регулярно читают издания, хотя бы частично посвященные моде, то есть описание (а не реализация) модной одежды является не только лингвистическим, но и социальным фактом. Тем не менее, задачи социологии и семиологии в данном случае совершенно различны: «социология Моды исходит из некоторой, изначально воображаемой модели (такова вещь, фасон которой разработала fashion-group) и прослеживает (или должна проследивать) ее осуществление в серии реальных вещей (проблема распространения моделей); то есть она стремится систематизировать типы поведения, соотнося их с социальным положением, уровнем жизни людей или их ролями. Семиология <...> описывает одежду, которая с начала до конца остается воображаемой или, если угодно, чисто интеллективной; она позволяет распознавать не практики, а образы» (Барт, 2004: 27). Если социология моды рассматривает реальную одежду, семиология – комплекс коллективных представлений. Язык играет чрезвычайно важную роль: посредством языка становится реальным не только описание образца одежды для копирования и моделирования, но и распространение «моды как смысла».

Интерес к моде обусловлен жизнью, развитием общества. Нет такого общества, которому было бы не присуще собственное представление о моде. «Мода всегда характеризует и дополняет картину жизни общества на данном этапе его развития. Она идет в русле изменений и потрясений своего времени» (ТСО).

Таким образом, мода является элементом общечеловеческой семиотической системы, и, соответственно, особым образом преломляется в частных знаковых системах отдельных культур и конкретных языков. Элементы человеческого бытия, которые относятся к сфере моды, многочисленны и разнообразны, история их названий зачастую связана с явлениями экстралингвистической реальности. Более того, если рассматривать различные лексико-семантические поля, объединенные единой архисемой «мода», то четко «вырисовываются» три ядерных поля – «мода», «стиль» и «костюм», в которые входят микро-поля «одежда», «аксессуары», «обувь», «этикет», «женский костюм», «мужской костюм», «детская одежда» (в свою очередь, состоящие из более маленьких микро-полей) и т.д. (Иконникова, 1998: 313).

Мода играет значимую социальную роль, являясь зеркалом общества, в котором существует. При этом лексико-семантическое поле «Мода» представляется крайне масштабным, поскольку понятие «Мода» может быть растолковано как культурное явление, отлаженная индустрия, манера организации жизни и быта.

Мода неразрывно связана с Францией и французским языком, ибо во все века Франция считалась законодательницей мировой моды. Деятельность лучших представителей индустрии красоты и стиля – кутюрье, дизайнеров, модельеров, парфюмеров, стилистов, визажистов и парикмахеров – ассоциируется именно с Францией. Однако мода, как значимый компонент жизни общества, существующий и развивающийся вместе с ним и неотрывно от него, испытывает на себе все новейшие веяния времени. Движение в моде также динамично, как и, например, в сфере

политики, а, возможно, мода даже более изменчива. Являясь динамичным, быстро меняющимся явлением, неразрывно связанным с жизнью общества, мода постоянно приносит новые веяния, элементы одежды, тренды, тенденции, что, безусловно, находит свое отражение в языке. Мода обладает собственной терминосистемой, в которую входят все слова, входящие в семантическое поле мода.

Таким образом, развитие моды как вестиментарного кода можно считать экстралингвистическим фактором, влияющим на обогащение словарного состава языка. Представляется очевидным, что научный и технический прогресс и последующее развитие любой индустрии и отрасли обогащают язык названиями новых явлений. Однако именно индустрия моды является экстралингвистическим фактором, детерминирующим развитие словарного состава лексико-семантического поля «Мода».

1.4. Историческое развитие моды как вестиментарного кода

Неоспорим тот факт, что мода имеет давнюю и долгую историю. Интерес к одежде, украшениям, обуви и головным уборам был характерен для человечества еще во времена до нашей эры: 23-21 тысяч лет назад уже была распространена одежда из меха и шкур, люди украшали тело ракушками, бусами из слоновой кости, зародились первые прически (Попова, 2009). 6-5 тыс. лет назад в Древнем Египте появилась первая нешитая одежда из льняных тканей, что свидетельствует о зарождении вестиментарного кода.

Пожалуй, египетская и римская цивилизации являются наиболее яркими примерами проявления высокого интереса к моде до нашей эры. Так, в Древнем Египте одежда носила символический характер, была наделена сакральным смыслом. Например, сандалии, золотую подвязанную бороду, парик из листьев деревьев имел право носить только фараон. Вышивка, мелкие складочки, одежда разных цветов, золотые украшения,

плиссировка, бисер, бижутерия – основные черты египетского древнего костюма.

Римская цивилизация привнесла в моду такие предметы как туника, башмаки со шнуровкой, тога, кожаный панцирь (лорик). Именно благодаря римлянам в 110-180 гг. до нашей эры одежда стала делиться на мужскую и женскую.

Крестовые походы способствуют проникновению в Европу шелка и одежды с востока. В раннем средневековье одежда носит ярко выраженные гендерные характеристики: мужественность, передаваемая посредством мужских костюмов, обязательным элементом которых являлся пышный галстук, прародитель современного галстука, а также верхний и нижний элементы костюма выполнялись из одинаковой ткани, противопоставляясь женственности, переданной посредством облегающих одежд.

Средневековье характеризуется модой «мипарти», которая заключалась в том, что рукава и половинки штанов имели разные цвета. Позднее Средневековье привнесло в моду вытачки и съемные рукава. В XIV веке европейцы уже носили рукава разного кроя, юбки-клеш, широкие и узкие лифы, юбки из клиньев. XV век, получивший название Средневековой Готики, является периодом рыцарства, изысканной вежливости и романтизма (Колева, 2011) и делает французский и бургундский стили законодателями моды жизни всей Европы. Вошли в моду меха горностая, как показатель роскоши и красоты, дамский костюм согласно колориту и пропорциям напоминал стреловидные арки архитектуры. Женщины носили короткий лиф-роб, который кончался сразу под грудью, а дальше ткань ниспадала шлейфом. Именно в XV веке появился «энин, чепец, похожий на конус, с вуалью, ниспадавшей на спину, который позднее явился прародителем шляп, прославивших Париж» (Колева, 2011: 31). Мужская мода сводилась к обмундированию, экипировке и геральдическим знакам рыцарей, однако цвета их доспехов обязаны были сочетаться с цветами костюма почитаемой или дамы.

В XIV-XVI веках, эпоху Возрождения, Италия стала законодательницей моды. Зародились каноны красоты, появилась обувь на деревянной подставке, в моду пришли бархат, парча, тяжелый шелк. Интерес к одежде настолько велик, что в своих картинах художники уделяли особое внимание вырисовыванию мельчайших вестиментарных подробностей (Историческое развитие моды, 2013). Эпоха Возрождения достигает своего апогея к XVI веку, первая половина которого характеризуется особой роскошью и аристократизмом. Узкий лиф, рукава с буфом у предплечья, треугольный вырез, задрапированный сеткой, воротник, завершающийся фрезой, нити жемчуга, тесьма, золотые шнуры, золотые цепи с крестами и медальонами, кольца с рубинами и изумрудами – все эти предметы озаменовали моду первой половины XVI века. Во второй половине XVI века костюм сочетает в себе итальянскую карнавальность и испанскую чопорность: женское платье имеет вид плотного корсажа с воротом, длинными рукавами и длинной юбкой. Жемчуг остается самой ценной драгоценностью XVI века.

XVII век и его идеи французского меркантилизма делают Францию единственной и неоспоримой законодательницей моды в Европе. Все предметы роскоши производятся во Франции с целью прекращения разорения аристократии (Колева, 2011). В этот период появляется первый «модный листок», содержащий советы по выбору типа и цвета тканей, а уже в 1640-х годах выходит в свет брошюра «*Mercure de galante*» («Вестник галантности») (Колева, 2011). Если в начале века еще ощущается испанское влияние, то после начала Тридцатилетней войны в моду входит мушкетерская мода с присущей ей элегантностью. Нельзя не сказать о так называемом «кружевном помешательстве» XVII века, обязующим знать появляться в свете в дорогих кружевах, шитых иглой. Эпоха барокко привносит в женский костюм обилие разных по цвету и фактуре нижних юбок, глубокое декольте, плёные воротники или воротники-фрезы. Особое значение имеет мушка, несущая некие намеки дамы своему кавалеру.

Мода барокко сменяется в XVIII веке стилем рококо, отличающимся роскошью, стразами, ослепляющим убранством костюма. Появляются веера, туфли с изящными изогнутыми каблуками под названием «голубиная лапа».

Индустриальная революция в Великобритании в 1750-1850 годах способствует развитию ткацкого ремесла. В это же время начинается массовое производство хлопчатобумажной ткани (cotton, coton, m) [Dictionnaire visuel de la mode p.274].

1725-1820 годы проходят под влиянием стиля Амбир, который привнес в моду длинные струящиеся платья, собранные под грудью, а также мужские жакеты с манжетами и стоячими воротниками, высокие сапоги.

Британская оккупация Индии в 1800-х годах способствует межкультурному обмену и привносит в западную культуру элементы национальных индийских костюмов. В эту же эпоху происходит такое социально значимое явление, как развитие почты и, в частности, становится популярной дистанционная покупка вещей по каталогам [Dictionnaire visuel de la mode p.275], что также расширяет географию моды и способствует установке межкультурных взаимоотношений и взаимопроникновению модных тенденций.

В XIX веке мода развивается более динамично, что объясняется набирающим обороты научно-техническим прогрессом. Жизнь становится быстрее, активнее, люди больше путешествуют, открывают для себя новые страны и города, подходят к пониманию моды более многогранно. Появление новых тканей, образцов одежды и обуви, распространение моды на журналы о моде способствуют развитию модных стилей и направлений. Так, в 1820-1830 годах изобретают ткань эластик, из которой изготавливают перчатки, ремни и колготы. В 1823 году шотландец Шарль Макинтош изобретает непромокаемую ткань. В 1834-1896 годах Вильям Моррис основывает движение «Arts and Crafts» в поддержку цветочных мотивов на ткани, напоминающих узоры ремесленников. Викторианская мода,

охватившая более полувека (1837-1901) и характеризующаяся рединготами, цилиндрами, платьями с обручами, кружевом, воланами и бантами, довольно резко уступает место Бель Эпок (1901-1910), давшей расцвет космополитской моде, стирающей границы между мужской и женской одеждой и отвергающей идею национального костюма. На этом фоне Леви Страус запускает массовое производство джинсов, а новое общество, ведомое жаждой познания мира и путешествий, отдает предпочтение спортивной и комфортной одежде. Новые идеалы, взгляды на мир ставят во многих странах спорт во главе общественной жизни, появляется первая спортивная форма.

Без сомнения, самым динамично развивающимся, насыщенным и противоречивым в истории моды стал XX век. Начало века – это время появления первых домов моды. Именно прародительница высокой моды Коко Шанель открыла первый бутик моды в Довиле. Солнечные очки, женские брюки, трикотаж для производства верхней одежды, маленькое черное платье, мода на загар – все это явилось началом эпохи Высокой моды. Коко Шанель произвела революцию и в области цвета: так, с появлением маленького черного платья в обществе перестали воспринимать черный цвет исключительно как траурный.

Первая мировая война, безусловно, наложила отпечаток на развитие индустрии моды, женщины начали массово носить мужскую одежду, зародился стиль милитари. 20-е годы XX века, получившие название «безумные годы», отмечены модой на короткие стрижки каре, укороченные юбки, появление повседневного макияжа как модной тенденции. Женский силуэт становится тоньше, чему способствует появление бюстгалтеров и корректирующего белья. В 1921 году появляется первый в мире парфюм, предназначенный для массового производства – «Chanel №5», вместе с которым входят в моду коктейльные платья.

К 1926 году длина юбки еще укорачивается и достигает уровня до или выше колена, что объясняется удобством танцевать популярный в те годы танец чарльстон.

В 1930-х годах, благодаря Р. Лакост, чемпиону по теннису, прозванному «Крокодилом», на одежде появляется первый логотип. В 1933 году открывается дом моды «Lacost».

В 1940-х годах мода на нейлон достигает своего апогея. В этот же период в женский гардероб проникает купальник бикини, получивший свое название от названия островов Bikini Islands.

В середине XX века появляется стиль «rockabilly», и впервые мода перенимает название стиля из другой социальной сферы, развивается под влиянием музыкальных тенденций эпохи. Происходит расширение значения понятия «rockabilly», и, кроме значения «народная песня, исполняемая в ритме рока, кантри-рок» появляется значение «стиль моды, характеризующийся джинсами, джинсовыми куртками, эволюционировавший в стиль байкеров» [Dictionnaire visuel de la mode p. 280].

В 60-х годах XX века появляется мини-юбка, ставшая символом эмансипации слабого пола. В рассматриваемую эпоху одежда играет знаковую роль и является символом движения за права женщин.

Данный период также характеризуется британским влиянием, особенностью которого является параллельное и гармоничное развитие как музыки, так и моды. Любовь к джазовой и блюзовой музыке, мода на облегающие итальянские костюмы, интерес к континентальной моде и философия экзистенциализма характеризуют середину XX столетия.

Символом эпохи 1960-х является платье «baby-doll», получившее свое название от названия фильма, в котором героиня носила платье нового для своей эпохи покроя. В это же время входит в моду философский стиль «деконструктивизм / déconstruction / deconstruction » (деконструкция, анализ структуры, мысленное расчленение), появившийся благодаря французскому

философу Ж. Деррида (Деррида, 2000). Критичное восприятие действительности, переоценка существующих ценностей, отказ от привычного и традиционного – все это находит свое отражение в производстве одежды. Кутюрье и дизайнеры стремятся перекроить уже созданные вещи, оставить отдельные элементы недоделанными, носить вещи задом наперед или использовать элементы старой одежды в создании новой вещи.

В те же годы французский кутюрье Пьер Карден произвел своего рода революцию в мире моды, определившую ход всей ее дальнейшей истории, выпустив первую коллекцию «готового платья» (*prêt-à-porter*) для магазина одежды. Дизайнерский дом Ив Сен Лорана предлагает твидовые костюмы, узкие мужские брюки и болотные сапоги.

К началу 1970-х годов Лондон становится столицей моды благодаря созданию эпатажных «психоделических» праздничных и разноцветных нарядов из винила и бумаги. Появляются «монокини» (*monokini*), белая прозрачная блузка, не предполагающая ношения бюстгалтера, и микро-юбка. Данная эпоха породила моду на прозрачность и обнаженную женскую грудь.

1968 год ознаменован появлением таких американских марок одежды как Calvin Klein и Ralph Lauren, с этого периода получает развитие американская мода. В том же году появляется понятие «унисекс» (*unisexe*) для обозначения одежды, предназначенной как для мужчин, так и для женщин.

Десятилетие 1970-х годов ознаменовано модой «диско», изобретенной американцем Roy Haltson Frowick. В моду входят юбка-брюки, ботинки на платформе и брюки-клеш. Благодаря появлению первой сети магазинов одежды «JCP», мода становится доступной представителям всех социальных слоев. Наряду с модой «диско», Лондон и Нью-Йорк становятся прародителями панк-культуры и эпатажа. Провокационная мода выходит на первый план после открытия в Лондоне бутика «Sex»: общество впервые

открыто говорит об отношениях между полами, одежда призвана вызывать сексуальное желание, выглядеть так, чтобы вызывать страсть и влечение.

В начале 1980-х годов под влиянием японской моды (Issey Miyake, Kenzo Takada, Rei Kawakubo, Hanae Mori) популярность преобладает готический стиль, выраженный в доминировании черных тонов.

1984 год внедрил в моду одежду с принтами-слоганами, отражающими политические убеждения:

Liberty

Patriots for peace

LIL' WAYNE FOR PRESIDENT

В 90-е годы XX века ввиду политических и экономических причин наблюдается ослабление интереса к моде в целом и к дизайнерскому производству одежды в частности. Достигает апогея распространение одежды массового производства. Распад Советского Союза, падение Берлинской стены, конец «Холодной войны», рост безработицы, распространение СПИДа – под влиянием всех этих событий формируется особый стиль – гранж, предлагающий одежду со следами заношенности, отражающий уличную моду. Гранж пропагандирует своего рода «анти-моду»: порванные джинсы, заношенные кроссовки, безразмерная клетчатая рубашка. Однако уже к 1995 под влиянием песенного коллектива «Spice Girls» появляется мода на «look girly» и возвращаются в моду яркие цвета 1970-х, обувь на высокой платформе и пайетки. В этот же период наблюдается обращение к некогда забытой одежде: макинтош, плащ с капюшоном, тельняшка, джинсы Levi's и K-way, джинсы-клеш, комбинезон 70-х.

Таким образом, конец XX столетия наглядно отображает основную тенденцию феномена «Мода» - цикличность. Мода неизменно возвращается, однако не имеет определенной закономерности: одновременно могут стать модными вещи, бывшие актуальными в прошлом веке, так и несколько десятков лет назад. В 1990-х годах появляется мода на

футболки со слоганами, особенно носящими политический характер, что также объясняется нестабильной геополитической обстановкой в мире. Наиболее актуальным становится спортивный стиль, неотъемлемой частью которого являются кроссовки таких брендов как «Nike» и «Addidas».

Начиная с 2000х, в мире моды устанавливается совершенно новая тенденция в сравнении с веком предыдущим: покроем одежды не имеет значения, основное внимание уделяется бренду. Появляются бюджетные и доступные марки одежды, такие как «H&M», «Mango», «Zara», «La Redoute» и другие. Эти марки сотрудничают с домами высокой моды, однако предлагают бюджетную и практичную одежду, такое явление получило название «masstige» (телескопное соединение слов mass and prestige со значением "prestige for the masses") (WP). Подчеркнем, что даже название явления в мире моды образовано продуктивным и «трендовым» среди эймонимов способом словообразования. Несмотря на то, что в XXI веке одежда призвана выражать индивидуальность, отражать личность, покупка дорогой брендовой одежды остается показателем особого социального статуса.

Еще одной тенденцией начала нулевых можно назвать массовое появление дизайнеров и стилистов, выходцев из мира музыки и шоу-бизнеса. Композиторы, певцы и ведущие массово запускают свои марки одежды: Эшли Олсен и Мери-Кейт Олсен, Виктория Бэкхем, Николь Ричи, Сиена Миллер, Кейт Мосс, Тимати, Джениффер Лопес, Сара Джессика Паркер, Мадонна и др. Наряду с этим танцевальное движение «Тектоник» находит выражение в моде, пропагандируя стиль «унисекс» и возвращая в моду обтягивающие силуэты 1980-х.

В целом, в моде «нулевых» продолжается тенденция 90-х годов XX века: возвращение к моде прошлых лет – лакированные туфли-балетки, повторяющие моду 60-х, также как и туфли на танкетке или на пробковой подошве, очки «oversized» à la Jacky Onassis. Начало века ознаменовано тяготением к стилю ретро, восходящему в далекое прошлое.

Таким образом, краткий обзор исторического развития стилей и направлений вестиментарной моды позволяет утверждать, что эволюция модных тенденций происходила непрерывно, начиная с XVII века. При этом, чем ближе к настоящему времени, тем больше смен модных стилей можно констатировать в вековом срезе. Так, если XV век характеризуется эпохой «Модного Средневековья», а XVI можно назвать «Вестиментарным Возрождением», то уже для XVII века характерно сразу два основополагающих модных стиля – «Реставрация» и «Барокко». XVIII век отмечен такими стилями как «Барокко», «Рококо», «Экзотизм», «Натурализм», «Революционизм» и «Неоклассицизм». В XIX веке господствовали уже более одиннадцати стилей, и, наконец, в XX веке стили сменяли один другой, достигнув в общем итоге количества более тридцати. Начало XXI века уже отмечено рождением шести новых модных тенденций.

В данной работе мода рассматривается не только в историческом, но и, в первую очередь, в лингвистическом контексте, как фактор развития и преобразования языковых реалий. Являясь мощным экстралингвистическим фактором развития языка, мода привносит в языковую систему новые термины. Рамки собственно лингвистического исследования модного вокабуляра в данном исследовании ограничены лексикой XVII-XXI веков. Такое ограничение материала исследования обусловлено двумя причинами. Во-первых, к XVII веку уже сложилась четкая лексическая система современных французского и английского языков, на материале которых проводится исследование. Во-вторых, с исторической точки зрения, начало XVII века явилось отправной точкой развития моды и стиля в современном понимании. Так, основными вехами в эволюции видов и форм моды, и, как следствие, обогащения и преобразования словарного состава отдельно взятого языка, явилось начало 1600-х годов, когда появились первые костюмы.

1.5. Языковое отражение тенденций развития вестиментарного кода: стили и направления в моде

Мода как общественное явление выступает объектом исследования социологии, истории, политологии, психологии, психолингвистики, семиологии, лингвистики, филологии и других наук. В самом общем смысле, мода может быть истолкована как культурное явление с одной стороны, и как отлаженная индустрия с другой. Проникая во все сферы человеческой жизни и взаимоотношений, мода исчерпывающе отражает социальные, экономические, сексуальные и политические аспекты определенной эпохи.

Имея в качестве оппозиции национальный или традиционный костюм, мода характеризуется постоянными изменениями, которые могут быть объяснены сложными взаимосвязями социальных различий, новых технологий, экономических факторов.

Мода действительно затрагивает все аспекты человеческой жизни и деятельности, поэтому ее изучение должно носить всесторонний и всеобъемлющий характер. Выходя за рамки высокой моды, глянцевого журналов, элитарных слоев населения, мода катализирует процессы индустриализации, глобализации и урбанизации, определяет облик современной эпохи.

Одновременно мода представляется неотъемлемым элементом формирования личности, выражения ее индивидуальности, подчеркивая такие аспекты как происхождение, этническая и социальная принадлежность, классовое деление, пол, возраст, сексуальные предпочтения, культурные ценности, морально-этические ориентиры.

Мода является значимым социальным регулятором, отражая важные общественные явления и процессы. В частности, проявление многих модных тенденций явилось ответом общественным предрассудкам, провоцируя общественный отклик. Так, например, в моде нашли отклик движение за права женщин, сексуальных меньшинств, рабочего класса и т.д.

Явление моды характеризуется шириной и глубиной, долгой историей своего развития и становления, а также тесной взаимосвязью с культурой нации и ее языком.

Мода отражает все культурно-исторические явления жизни социума, что нашло проявление в названии стилей моды, которые четко прослеживаются с начала XVIII века до наших дней. Безусловно, мода зародилась раньше (как утверждают историки культуры – в XII-XIII вв., когда в костюме стали появляться элементы, применение которых нельзя объяснить необходимостью или развитием эстетического вкуса: например, шляпы высотой в метр, шлейфы длиной с сажень, сверхузкие мужские панталоны, в которых невозможно было сесть, или загнутые носки туфель, которые приходилось подвязывать к голени шнурами (ТСО), однако именно на данный период приходится явно наблюдаемая смена модных тенденций, образов и костюмов. Приводимая ниже таблица названий вестиментарных стилей на русском, французском и английском языках отражает такую смену модных тенденций. Хронологический порядок расположения информации позволяет судить о периодичности и частотности смены моды. Данная таблица была разработана на основе информации, полученной путем анализа данных путеводителя по стилям (Маккензи, 2010) (см. табл. 1):

Таблица 1. Эволюция модных стилей

Стиль	Французское название	Английское название	Дата начала	Дата окончания
Барокко	Baroque, m	Baroque	1620	1710
Реставрация	Restauration, f	Restoration	1660	1690
Экзотизм	Exotisme, m	Ekzotizm	1690	1780
Рококо	Rococo, m	Rococo	1710	1780
Натурализм	Naturalisme. m	Naturalism	1770	1795
Дендизм	Dendisme, m	Dandyism	1770	1830
Революционизм	Style révolutionnaire	Revolutionism	1790	1798

Неоклассицизм	Néo-classicisme, m	Neoclassicism	1795	1840
Индустриализм	Industrialisation, f	Industrialism	1800	1900
Ритуализм	Style rituel	Ritualizm	1820	1900
«Сэвил-Роу»	Sevil Row	Sevil Row	1840	По наши дни
Романтизм	Romantisme, f	Romanticism	1845	1850
Блумеризм	Blumerisme, m	Blumerizm	1845	1870
Прерафаэлиты	Préraphaélite, f	Pre-Raphaelites	1855	1885
Эстетизм	Esthétisme, f	Estheticism	1870	1890
Рождение Высокой моды	La Naissance de la Haute couture	Birth of Haute couture	1870	По наши дни
Рационализм	Rationalisme, m	Rationalism	1880	1915
«Искусства и ремесла»	Arts et artisanats	"Arts and crafts"	1880	1918
Бель Эпок	Belle Epoque	Belle Epoque	1890	1918
Ориентализм	Orientalisme, m	Orientalism	1910	1915
Возрождение ампира	Renaissance de l'Ampire	Renaissance of Empire style	1915	1920
Массовое производство	Production de masse	Mass production	1920	По наши дни
Модернизм	Modernisme, m	Modernism	1923	1930
Сюрреализм	Surréalisme, m	Surrealism	1924	1935
Голливуд	Hollywood, m	Hollywood	1930	1940
Викторианское возрождение	La Renaissance victorienne	Renaissance of Victorian style	1935	1940
Утилитаризм	Utilitarisme, m	Utilitarizm	1935	1955
«Нью Лук»	New Look	New Look	1945	1955
Неоэдвардинизм	Neoedvardinisme, m	Neoedvardiniz m	1945	1955
Экзистенциализм	Existentialisme, m	Existentialism	1945	1970
Неоромантизм	Néoromantisme, f	Neo-romanticism	1953	1962
Панк	Punk	Punk	1955	1960
«Британские бутики»	«Les boutiques britanniques»	"The British boutiques"	1960	1965
Этноэkleктика	Ethnoélectique, f	Ethnoeclecticis m	1960	1975
Возвращение к классике	Le retour à la classique	Return to classics	1965	1980

Постмодернизм	Postmodernisme, m	Postmodernism	1965	По наши дни
«Космическая эра»	"L'ère spatiale"	"Space age"	1967	1972
Глэм	Glem	Glem	1970	1975
Ностальгический романтизм	Le romantisme nostalgique	Nostalgic romanticism	1970	1980
Яппи	Yuppie	Yuppie	1980	1990
Футбольный кэжуал	Football casual	Football casual	1980	По наши дни
Японский авангард	L'avant-garde japonaise	Japanese vanguard	1985	По наши дни
Гранж	Grunge	Grunge	1987	1992
Деконструктивизм	Dekonstruktivism e, m	déconstruction / deconstruction	1990	2000
Минимализм	Minimalisme, m	Minimalism	1990	2000
Глобализм	Globalisme, m	Globalism	1997	По наши дни
Интернет	Internet, m	Internet	1998	По наши дни
Подражание знаменитостям	L'imitation des célébrités	Imitation celebrities	1998	По наши дни
Возрождение брендов	La Renaissance des marques	Revival of brands	1998	По наши дни
Винтаж	Vintage	Vintage	1998	По наши дни
Смерть Высокой моды	La mort de la Haute couture	Death of Haute couture	2000	По наши дни

Безусловно, такое разнообразие стилей не означает их четкой последовательности и смены. На фоне одного укоренившегося стиля появлялись несколько различных веяний и стилей, например, массовое производство, зародившись в начале XX столетия, актуально по сей день, но на его фоне пришли в моду, а потом оказались забытыми глэм, панк, яппи и др.

Лингвистический анализ названий стилей моды позволяет выявить четкую зависимость языка моды от экстралингвистических факторов, важных культурных, социальных, экономических, политических, спортивных событий в мире. Так, одни стили получили свое название от названий исторических эпох, например Барокко (Baroque) или Рококо (Rococo), другие – от музыкальных стилей или субкультур, актуальных в определенный период времени, например, Панк (Punk) или Гранж (Grunge). Некоторые названия модных стилей («Интернет», «Подражание знаменитостям») кажутся не совсем типичными и отражают реалии современной действительности, предмет или явление, наиболее популярные в фешн-среде. Стил «Глобализм», призывающий расширить горизонты сознания, затронул конец 90-х годов прошлого века и активно развивается в настоящее время, отражая стремление к глобализации, общие политические, экономические и социальные установки.

Глобализм рассматривается как новая всеобщая философия, стирающая границы между благами и ценностями, нацеленная на построение нового Мирового государства, единства человечества. Во французской и английской лингвокультурах явлению глобализации уделено существенное внимание, проводятся исследования о влиянии данного процесса на мировое сообщество. Так, Анри Бартоли (Henri Bartoli), преподаватель экономики университета Париж-I (Paris-I), подчеркивает, что глобализм способствует организации ряда вещей в систему: «Ce qui se "globalise" tend à devenir un ensemble régi par des règles telles que le tout organisé constitue un "système"» (см. Globalisation versus mondialisation, 2011). Следовательно, глобализация позволяет упорядочить структурные элементы определенного класса вещей.

Как подчеркивает Роланд Робертсон (Roland Robertson), социолог и теоретик глобализации, это явление затрагивает как макроструктуры общества, так и микроструктуры личности, способствуя развитию отношений между индивидом и мировым сообществом: «Globalization

involves both the macro-structures of community and the micro-structures of personhood. It extends deep into the core of the self and its dispositions, facilitating the creation of new identities nurtured by the intensifying relations between the individual and the globe» (Khondker, 2004).

По справедливому замечанию Е.В. Хлыщевой, «конструирование моделей развития современного мира ведется через призму процесса глобализации, что предполагает коренное преобразование и нивелирование этнокультурных форм и локальных культур» (Хлыщева, 2011: 4). Являясь доминирующей идеологией, глобализм в вестиментарной моде проявляется в зарождении универсальных тенденций, появлении унифицированного образа, стирающего национальный колорит в одежде. Именно глобализм и интернет-коммуникация привели к развитию он-лайн торговли одеждой стиля кэжуал, т.к. все эти «усредняющие» мировое население тенденции, характерные для глобализма, и спроецировались на общие характеристики одежды, ее классификацию в каталогах в примерно одинаковом виде вне зависимости от принадлежности каталога той или иной культуре. Данный факт позволяет взять практически любой каталог одежды и проводить на нем исследование, т.к. тенденция развития вестиментарного кода одна и та же.

Как мы отмечали в предыдущих пунктах, развитие моды отличается цикличностью, динамизмом. Однако тенденция к глобализации, типичная для современного развития мирового сообщества, проникнув в сферу моды, несколько затормозила процесс эволюции вестиментарной моды. По мнению С.В. Азархи, «в самом конце XX века мы столкнулись с небывалым феноменом, действие которого продолжается и сейчас, во втором десятилетии века XXI. Это феномен «остановившегося времени», характеризующий постмодернизм в целом. ... Наступление постмодерна с его отрицанием центра, не только композиционного, но и мировоззренческого, с его деконструктивизмом, играющим разрушительную роль, прежде всего, на уровне сознания, и только потом на

уровне художественной формы, с его иронией и цитатностью, больше всего напоминающими историзм и эклектику XIX века, знаменовало конец поступательных, последовательных изменений вестиментарной моды» (Азархи, 2014).

Вероятно, стиль кэжуал (от англ. casual – случайный, небрежный, повседневный, привычный, обычный) является своеобразным результатом такого положения вещей, как в мировой культуре, так и в вестиментарной моде. Этот стиль отличается удобством, практичностью и элегантностью в одежде, исключая, при этом, формальные, официальные, нарядные, типично традиционные, национальные или классические элементы одежды, и характеризуется «случайными» сочетаниями предметов одежды различных фирм-производителей.

По свидетельствам историков моды (Акико, Тамами, 2003; Васильев, 2008; Блохина, 2009; Саме, 2010), предпосылки для создания среды, в которой было бы возможно зарождение стиля кэжуал, впервые появились в 1950-х годах. В это время, на фоне послевоенного экономического роста, в Великобритании сформировалась новая молодежная субкультура Teddy-boys (Tedds). Относительная финансовая независимость тедов позволяла им копировать вестиментарные привычки высших социальных слоев населения. В это же время футбол оказался на пике своей популярности, поэтому быть футбольным болельщиком было очень модно и престижно. Фанаты формировали целые группы, которые со временем преобразовались в субкультуру болельщиков, отличительными чертами которой являлся, в том числе, и особый вестиментарный стиль.

Такие объединения болельщиков стали называть себя «Casuals», типичная форма одежды которых состояла из вполне обычных (casual) вещей, но определенных фирм-производителей (Lonsdale, Lacoste, Fred Perry): светло-голубые джинсы, футболка-поло или обычная яркая майка, теннисные рубашки или толстовки, спортивная обувь, кроссовки. Со временем, данное модное направление переняли и болельщики других

стран, стиль стал единым для всех подобных течений. Со временем, болельщики отказались от такой формы демонстрации принадлежности к околоспортивному сообществу, однако сам стиль не исчез. Напротив, он стал одним из самых популярных и распространенных вестиментарных направлений, представленных как в женском, мужском, так и подростковом, и даже детском гардеробе. В современном мире тенденции стиля кэжуал несколько изменились, например, сейчас трудно выделить какие-то определенные марки одежды, которые должны обязательно ассоциироваться с данным стилем. Скорее, наоборот, некоторые бренды представляют ряд коллекций в данном стиле, все больше склоняясь к функциональным и универсальным вещам, которые можно носить каждый день (Музалевская, Козлова, 2012).

Переход стиля кэжуал из вестиментарного кода отдельной субкультуры в общемировой вестиментарный код стал причиной интереса знаменитых дизайнерских домов к данной категории одежды. Так, например, Джорджо Армани (*Giorgio Armani*) первым предложил сочетать формальные и неформальные вещи в одном комплекте. Отдавая предпочтение простому, удобному крою одежды, он стал сочетать традиционное с нетрадиционным, например, твидовый пиджак с джинсами или кожаными брюками, вечерний или деловой наряд с одеждой спортивного стиля.

Первооткрывателем искусства одеваться в направлении, получившем название кэжуал-шик (*casual chic - небрежный шик*) можно назвать знаменитого итальянского кутюрье Нино Черрути (*Nino Cerruti*). По мнению Черрути, «понятие *casual chic* объединяет две вещи: что вы носите и как вы это носите. Революция произошла не в крое отдельных вещей, а в том, как их можно сочетать, где и когда носить и как к ним относиться. Для большинства мужчин и женщин именно этот комфортный стиль ассоциируется с современностью, с модой сегодняшнего дня... Сегодня важно быть непредсказуемым, отходить от предписаний своей среды, но

делать это следует со вкусом и без назойливости» [Небрежный шик Нино Черрути].

Кроме кэжуал-шик, появились и другие направления данного стиля: Business-casual, Smart-casual, All-out-casual, Sport-casual, Street-casual.

Бизнес-кэжуал (*business-casual*) отличается рядом отступлений от строгого делового костюма, проявляющихся в сочетаниях формальных классических вещей с менее формальными (ношение пиджака с джемпером, пуловером или водолазкой), разнообразии используемых тканей и цветовой гаммы (цветные рубашки и платья). Деловой кэжуал допускает у мужчин расстегнутую верхнюю пуговицу рубашки, отсутствие галстука, детали неклассического вида (накладные карманы, двойная строчка). В женском гардеробе бизнес-кэжуал проявляется в различных фасонах платьев длиной до колена.

Смарт кэжуал (*smart-casual*), или элегантная повседневность, является более свободным деловым вестиментарным стилем по сравнению с business-casual. Для него допустим большой диапазон различных сочетаний одежды, но при этом должна быть продуманность деталей и опрятность. Стилль смарт кэжуал допускает использование аксессуаров, сочетание джинсов с пиджаком, свободные хлопчатобумажные или льняные брюки, кардиганы, водолазки, рубашки в клетку и многое другое. Smart-casual подразумевает разнообразие в цветах, материалах и фасонах (Энциклопедия моды: стиль кэжуал).

Кэжуал-спорт (*casual-sport*) представляет собой сочетание повседневной и спортивной одежды, например, рубашки-поло, футболки, спортивные куртки, олимпийки, кроссовки, теннисные туфли и пр.

Направления «ол-аут-кэжуал» (*all-out-casual*) и «стрит кэжуал» (*street-casual*) отличаются свободным и непринужденным выбором вещей, умением создавать яркие неформальные ансамбли одежды, демонстрирующие собственную индивидуальность. Принципиальное

отличие данных вариантов стиля кэжуал от непосредственно самого стиля кэжуал весьма условно.

Таким образом, в демократичной вестиментарной моде XXI века границы, отделяющие одно направление стиля кэжуал от другого, носят весьма условный характер. Более того, сейчас невозможно с точностью определить ни год создания коллекции, ни год выхода модного журнала. Основная интенция моды – «новизна во что бы то ни стало, вызывавшая лихорадочную спешку и даже панику у всех участников вестиментарного процесса, исчезла как факт» (Азархи, 2014).

Таким образом, современный этап развития вестиментарной моды, сопряженный с тенденцией к глобализации мировой культуры, характеризуется особым акцентом на удобство и практичность одежды, отказом от подчеркнутой этничности, свободой в сочетании предметов гардероба, что типично для стиля одежды кэжуал.

1.6. Языковое отражение истории развития вестиментарной моды

Безусловно, развитие моды сказывается и на развитии языка, преимущественно, на изменениях вокабуляра, обслуживающего фэшн-индустрию. Как отмечает С.Г. Тер-Минасова, «язык не просто отражает мир человека и его культуру. Важнейшая функция языка заключается в том, что он хранит культуру и передает ее из поколения в поколение. Именно поэтому язык играет столь значительную, чтобы не сказать решающую, роль в формировании личности, национального характера, этнической общности, народа, нации» (Тер-Минасова, 2000: 79).

В нижеследующей таблице приведены основные тенденции развития моды и возникшие в результате языкового отражения этих тенденций эймонимы, пополнявшие вокабуляр лингвокультурного поля «Мода» во французском и английском языках с эпохи Средневековья по наши дни.

L'évolution de la mode/ Fashion evolution

<i>Moyen âge: une totale révolution vestimentaire</i>	<i>Middle Ages: a complete dress revolution</i>
les corsets serrés	the gripped girdles
les jupons de volume	the petticoats of volume
la dentelle	the lace
la soie	the silk
la robe en velours	the velvet dress
les sous-vêtements	underwear
une légère chemise décolletée	a light décolletée shirt
la ceinture	the belt
la chemise	shirt
les caleçons	underpants
le ceinturons orné de pierres précieuses	surround him adorned with precious stones
un incontournable chapeau	an inevitable hat
la fourrure	the fur
le filage	spinning
<i>La Renaissance: un renouveau en tous points</i>	<i>Renaissance: a resurgence in every way</i>
le brocard	brocket
le velours	the velvet
la dentelle	the lace
le mouchoir en lin ou en soie	the linen or silk handkerchief
l'éventail	the fan
une chaîne ou une cordelette à la ceinture	a chain or a thin cord in the belt
<i>XVII^{ème} siècle : prenons un peu de hauteur!</i>	<i>The XVIIth century: let us take a little of height!</i>
le costume féminin plus léger et plus confortable	the female costume is lighter and more comfortable
les jupons qui donnent le volume à la robe	the petticoats give the volume to the dress
des bottes à talons hauts pour hommes	boots for men with high heels
<i>XVIII^{ème} siècle : catogan & ombrelle</i>	<i>The XVIIIth century: pony-tail and sunshade</i>
le pantalon devient de plus en plus courant	the trousers become more and more common
les coiffures: d'énormes perruques	hairstyles: huge white wigs with one

blanches avec un queue de cheval que l'on serre à l'aide d'un noeuf	ponytail which is gripped with the aid of a noeuf
le maquillage: la poudre blanche	making-up: the white powder
<i>XIX^{ème} siècle : les souffrances de ces dames</i>	<i>The XIXth century: the suffering of these ladies</i>
chez les hommes le costume devient de plus en plus sombre et sobre	the men the costume becomes more and more dark and sober
des pantalons longs en accord avec la veste	long trousers in keeping with the jacket
le chapeau	the hat
le chapeau "claque"	the hat "slap"
le chapeau estival (canotier)	the summer hat (boater)
la tendance: "Il faut souffrir pour être belle": la taille affinée un corsage d'énormes jupons	tendency: "It is necessary to suffer to be nice": refined size a corsage of huge petticoats
<i>XX^{ème} siècle : La Belle Epoque : journaux, maisons de couture & silhouette</i>	<i>The XXth century: Belle Epoque: newspapers, houses of sewing and silhouette</i>
la silhouette en S	silhouette de la demi-cadratin S
<i>Les années folles : l'âge d'or des couturiers</i>	<i>Les années folles: the gold age of the couturiers</i>
la minceur	slimness
le bronzage	suntan
les cheveux court dans un style garconne	hair court in a style garconne
un chapeau cloche	a cloche hat
la robe chemise	the dress shirt
les robes et les jupes se portent jusqu'au dessus du genou	dresses and skirts come up to the top of the knee
la "taille basse"	"low size"
les premiers pantalons pour femmes	the first trousers for women
un décolleté	a neckline
les paillettes et les perles	spangles and pearls
la petite robe noire	the little black dress
<i>Les années 1930: Photographie & congés payés</i>	<i>1930s: Photograph and paid leaves</i>
tailleurs en journée	suits in day
les robes moulantes et longues pour les	the close-fitting and long dresses for

soirées	parties
la forme d'un V au buste	the form in V of the bust
les décolletés dévoilent le dos	necklines reveal the back
la forme de gaine	the form of scabbard
une chevelure ondulée ou bouclée	fastened or wavy hair
les premières teintures à cheveux	the first tinctures with hair
le nylon	the nylon
Les années 1940: un époque marquée par la guerre	1940s: an epoch marked by war
les jupes-culottes	culottes
jupe plus courtes (en dessous du genou)	skirt shorter (underneath the knee)
chaussures à semelle en bois et compensées	shoes with wooden sole and compensated
Le tailleur	The suit
<i>Les années 1950: influence cinématographique</i>	<i>1950s: influence of the cinema</i>
le polyester	the polyester
le polyamide	the polyamide
l'acrylique	the acrylic
le prêt-à-porter	the prêt-à-porter
la fermeture éclair	the zipper
le petit tailleur de Coco Chanel	the small suit of Coco Chanel
le look strict de Chanel	the strict look of Chanel
le style glamour	glamorous style
La robe «corolle»	The dress "corolla"
Les gants fin montant jusqu'aux coudes	Gloves at the end going up to elbows
des jupes «crayons»	skirts "pencils"
le jean / le blue-jean	the jeans / jeans
costume gris en flanelle pour hommes	flannel grey costume for men
rayonne / viscose	rayon / viscose
les « robes sac» de Givenchy	«dresses bag» from Givenchy
Les robes «Trapèze»	Dresses "Trapezium"
la minijupe	the mini-skirt
<i>Les années 1960 : couleurs vives adoptées</i>	<i>1960s: adopted lively colours</i>
une nouvelle culture vestimentaire sur le modèle anglo-saxon	a new dress culture on the Anglo-Saxon model

les «yéyé »	"Yéyé"
les «blouson noir»	"rocker"
les «mods» ou les «rockers»	"Mods" or "rockers"
Le tailleur-jupe	The suit-skirt
La robe «sac»	The dress "bag"
le collant	the tights
Les robes chasubles	Pinafore dresses
les robes trapèze	dresses trapezium
les robes à manche longues	dresses with long handle
les monokinis (maillot de bain)	monokinis (swimsuit)
des couleurs criardes (voyantes)	shrill colours (clairvoyants)
les jeans «pattes d'éléphant»	bell-bottoms
<i>Les années 1970: de l'audace avant-tout</i>	<i>1970s: audacity is first of all</i>
le disco	the disco
les pois	polka dot
les rayures	streaks
les superpositions	superimposings
les paillettes	spangles
les jeans effilochés	the shredded jeans
les chemises teintées ou avec des motifs colorés	the dyed shirts or with coloured motives
la mode Unisexe	Unisex fashion
le blazer	blazer / the sports jacket
les matières brillantes	the bright subjects
«Peace & Love»	«Peace & Love»
Le combi-pantalon	The combi-trousers
des chaussures plateformes	shoes platforms
les premiers vêtements en vinyle	the first clothes in vinyl
les costumes 3 pièces	costumes of 3 elements
des gilets à 4 boutons	waistcoats with 4 buttons
les pantalons évasés	the flare trousers
le sous pull	under pullover
Les vêtements déchirés	The torn clothes
<i>Les années 1980: un nouveau changement important</i>	<i>1980s: a new important change</i>
«le fric de la frime»	«the money of pretence»
les jeans denims délavés	denims washed-out jeans

coiffures volumineuses	spacious hairstyles
Les veste cloutées	Jacket cloutées
Des lunettes de soleil style aviateur de marque Ray Ban	Sunglasses style aviator Ray Ban
les boucles d'oreille	earrings
les bracelets oversize en plastique	bracelets plastic oversize
le retour de la silhouette en X: la taille de guêpe contraste avec les épaules structurées (épaulette XXL)	the return of the silhouette in X: the size of wasp gives contrast with structured shoulders to (shoulder pad XXL)
des manches bouffantes	baggy sleeves
le caleçon moulant	the close-fitting underpants
un sweat ample	an ample sweat
une robe pull	a dress pullover
des low boots	low boots
le New Wave: le noir est la couleur phare	New Wave: the black is key colour
les jeans déchirés	the torn jeans
des bustiers / des bodys	brassieres / bodys
la tendance sportswear	sportswear tendency
les joggings colorés	coloured jogging
le basket montant	jogging shoes
le lycra	the lycra
<i>Les années 1990: grunge & girly</i>	<i>1990s: grunge and girly</i>
Le look grunge	Grunge look
jeans déchirés	torn jeans
vieilles baskets	old trainers
l'incontournable chemise à carreaux	the inevitable checked shirt
le look girly des Spice Girls	the girly look of Spice Girls
Le retour de la mode des années 70: les chaussures plates-formes et les paillettes	The return of the fashion of the seventies: shoes decks and spangles
le recyclage des basiques des décennies passés: le trench-coat , la caban, le pull-marin (petit bateau), le jeans Levi's et le K-way , le pantalon pattes d'éléphant, la salopette des années 70	the recycling of the passed basic of decades: the trench coat, sailor's jacket, the pullover-sailor (small boat), jeans Levi' s and K-way, bell-bottoms, the overall of the seventies
les tee-shirt font passés des messages	T-shirt make passed messages

Le sportswear	The sportswear
le jogging	jogging
les baskets Nike, Addidas	trainers Nike, Addidas
<i>Les années 2000: un nouveau siècle mais pas une nouvelle mode</i>	<i>2000s: a new century but not a new fashion</i>
la tendance des années 80 qui fait son retour	the tendency of the eighties comes back
la silhouette sportive	the sports silhouette
le jogging	jogging
la casquette	the cap
les chaussures souples	the flexible shoes
le mouvement Tecktonik	movement Tecktonik
les tendances des années précédentes sont de retour: les petites ballerines vernies (années 60), les chaussures compensé en bois ou en liège, les lunettes «oversized» à la Jacky Onassis	the tendencies of the previous years are back: the small ballerinas varnished (sixties), compensated wooden shoes or in cork, glasses «oversized» to Jacky Onassis
Le slip	The underpants
les leggings	leggings

<http://conso-mode.e-monsite.com/pages/notre-tpe/i-histoire-de-la-mode.htm>

В представленной выше таблице даны названия элементов одежды, классифицированные согласно хронологической логике их появления в мире моды (от периода Средневековья до наших дней) во французском и английском языках.

Данная таблица наглядно подтверждает основную тенденцию в лингвокультурном поле «Мода»: относительную независимость модного вокабуляра в английском языке в сравнении с французским, испытывающим сильное влияние английских заимствований, особенно начиная со второй половины XX века. В таблице жирным шрифтом выделены заимствованные эймонимы (например, **Le slip**, **le disco**) , и очевидным является доминирующее большинство англицизмов в составе модной лексики французского языка (например, **Tecktonik**, **le jogging**) в сравнении с незначительным количеством французских заимствований,

часто пришедших в английский язык до начала XX века в период господства Франции на поприще мировой моды (например,). Также стоит подчеркнуть, что новые реалии проникали в английский язык чаще всего путем перевода (например, La robe «sac» - The dress "bag"), нежели чем при помощи заимствования французских эймонимов, в то время как французский язык особенно в XX-XXI веках очень активно приступил к процессу принятия английской модной лексики (например, Le sportswear, le jogging, les baskets Nike, Addidas). Таким образом, можно констатировать взаимное влияние британской (а позднее и американской) и французской лингвокультур в сфере вестиментарной моды. Вероятно, такое взаимопроникновение культур и языков, основанное на прочных и долгих исторических, социальных, политических, культурных, языковых связях охватывает значительно больший пласт лексических единиц, изучение которого может составить объект отдельного исследования.

В рамках данного исследования стоит упомянуть о Высокой моде. Представленная работами отдельных дизайнеров и кутюрье, Высокая мода далека от народа, привлекает ограниченный круг лиц, работающих в индустрии моды, не отражая с лингвистической точки зрения определенной выраженной тенденции. Однако не стоит отрицать тот факт, что с момента зарождения первых домов моды деятельность дизайнеров и кутюрье оказала немалое влияние на пополнение и развитие вокабуляра лингвокультурного и лексико-семантического поля «Мода». Обобщенное подтверждение данного положения можно увидеть на примере представленной ниже таблицы (см. Таблица 2):

***Таблица 2. Влияние Высокой моды на пополнение вокабуляра ЛСП
«Мода»***

<i>Эпоха</i>	<i>Представители</i>	<i>Лексические преобразования</i>	<i>Примечания</i>
1900-1910	Paul Poiret	Jupe-culotte /	Французское сложное

		drawers	слово является довольно объемным, ввиду чего проникает в английский язык при помощи перевода в виде более компактного эймонима.
1914-1918	Thomas Burberry	Trench-coat Gabardine Tartan	Английские заимствования проникают во французский язык, приобретая артикль мужского или женского рода
1920 «Безумные годы»	Jean Patou, Rochas, Lanvin, Maison Doucet,	Culottes/ pants	Французская мода на брюки способствует активному употреблению английского эймонима «pants»
	Chanel	Chapeau cloche/ сар -женская шляпка без полей/ с опущенными полями Taille basse/ low waist – низкая талия Pantalon/ trousers - брюки (впервые в значении «женские брюки») Perles de verre/ glass beads – стеклянная дробь La petite robe noire (Robe de	Данные примеры иллюстрируют расширение значения уже существовавших эймонимов, образование новых сложных слов и устойчивых словосочетаний, а также впервые наблюдается переход от имени собственного к имени нарицательному, при котором одежда получает название по имени своего создателя. Таким образом, в языке моды наблюдается тенденция к появлению деономастизмов.

		Chanel)- маленькое черное платье La Ford de Chanel- «Форд Шанель»- иносказательное определение черного цвета, ставшего отличительной особенностью коллекций одежды Шанель Chanel №5- название духов Sac de Chanel- сумка от Шанель Tailleur/ (woman's) suit - костюм (впервые в значении «женский костюм, состоящий из пиджака и юбки») Lunettes de soleil/Sunglasses	
1926	Waldo Semon	PVC (1933) (Polyvinyl chloride) – a type of plastic, used to make pipes, window frames, clothes etc. – от лат. vinum, появилось в англ.	Появляется первая аббревиатура в модной лексике, имеющая одинаковое выражение и значение в обоих языках

		языке	
1930	Lacoste	Imprimé/ print Pied-de poule/ hound's tooth cloth	Английский эймоним «print» проникает во французский язык путем перевода, равно как и расцветка ткани «pied-de-poule = hound's tooth cloth»
1940 «New Look»	Ch.Dior	Manche ballon/ bouffant sleeve Veste/ jacket La femme Dior Jupe-crayon	Несмотря на стремление к переводу французских эймонимов, заимствования «La femme Dior» и сложное существительное «Jupe-crayon» дополнили вокабуляр английского языка, не претерпев адаптации
1950	Ch.Dior	Talons aiguilles/ spike heel Gaine/ girdle Soutien-gorge pigeonnant/ uplift Capri	Наблюдается укоренившаяся тенденция к переводу лексических единиц, графически английские эймонимы более компактны и в свете стремления языка к экономии языковых средств представляются более жизнеспособными
1960	Ch.Dior Givenchy	Robe corolle/ flared dress Blue-jeans	Английский эймоним «Blue-jeans» пополняет состав французской модной лексики
	Andrès Courrèges	Minijupe	Одновременно в Англии и во Франции модельеры развивают идею создания миниюбки
	Mary Quant	Mini skirt	

	Balekciaga	Robe-Sack	Данное сложное слово отражает языковую тенденцию к образованию билингвальных сложных слов: так, первый элемент «Robe» взят из французского языка, второй «Sack» - из английского. Во французском языке слово получило артикль женского рода по роду французского компонента.
1960	Contre-couture	Yéyés Blouson noir Mods=rockers	Образование сложных слов путем прибавления латинских элементов «mono»/ «mini»/ «micro», заключающих в себе определенную характеристику одежды (в данном случае указание на длину)
	Rudi Gernreich	Monokini Microjupe	
1970	Unisex	Pantalon Pattes d'eph/ bell-bottomed trousers- bell-bottoms Chaussures plateformes/ platform shoes	Наблюдается продолжение тенденции к переводу лексических единиц, не происходит взаимопроникновения эймонимов в лексические системы сопоставляемых языков
	Roy Halston Frowick	Tailleur-pantalon/ split skirt	Наблюдается продолжение тенденции к переводу лексических единиц, не происходит взаимопроникновения эймонимов в

			лексические системы сопоставляемых языков
	Punk Vivienne Westwood	Col pellté à tarte Tartan à tout va Blue-jeans troué sous un kilt	Появляются предметы одежды, характеризующиеся определенными деталями, быстро вышедшими из моды. В вокабуляре моды не прижились ввиду объемного названия
1980	Thierry Mugler, Claude Montana	Caleçon moulant Sweat ample Robe pull Low boots Jupe boule Body décolleté Jogging coloré Baskets	
1990	Массовое производство одежды	Trench coat Caban	Цикличность моды, обращение к моде начала столетия
		Pull marin Salopette/ overalls	Образование сложных слов, состоящих из англицизма и франкизма, становится тенденцией
		T-shirt	Англицизм пополнил вокабуляр языка мира французской моды
		Pashmina	Наблюдается влияние восточных стран, эймоним «Pashmina» под влиянием восточной моды вытесняет из употребления «Echarpe» и «Scarf»
2000	Американская	Survêtement/	Можно отметить

	мода	tracksuit T-shirt Casquette/ cap Chaussures souples/ moccasins	преимущественное употребление в речи англицизмов в обоих рассматриваемых языках
--	------	--	---

Данная таблица наглядно отображает эволюцию вокабуляра ЛСП «Мода» в XX– начале XXI века: наблюдается переход от доминирующего в начале века французского языка к английскому после 50-х годов XX столетия. При этом уже в начале столетия французские дизайнеры, положившие начало Высокой моды, создавали новые предметы одежды и давали им названия, которые в большинстве своем не заимствовались английским языком, а проникали в него посредством перевода, например:

Culottes/ pants

Lunettes de soleil/ Sunglasses

Только французские заимствования обозначений реалий дополнили вокабуляр ЛСП «Мода» в английском языке, вероятно ввиду смысловой законченности словосочетания, не предполагающего перевод на английский язык отдельных его элементов. Также можно предположить, что созданный кутюрье модный феномен имел такую степень популярности, что не нуждался в переводе на другой язык:

La petite robe noire (Robe de Chanel)

Chanel №5

Sac de Chanel - сумка от Шанель

La femme Dior

В то же время англоязычная лексика активно проникает во французский язык: как показал анализ лексического материала, данная тенденция зарождается в начале XX века и нарастает к началу XXI века. Вероятно, это объясняется данью моде, глобализацией английского языка и стремлением к экономии языковых средств, так как английский язык как язык аналитический представляется более лаконичным:

Trench-coat – a long, loose coat with a belt , usually made from waterproof material (= not allowing water through) and similar in style to a military coat
(<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/>)

Tartan - a pattern of different coloured straight lines crossing each other at 90 degree angles, or a cloth with this pattern (CED)

Low boots - a type of shoe that covers the whole foot and the lower part of the leg (CED)

Jogging - the activity of running at a slow, regular speed, especially as a form of exercise (CED)

Trench-coat n. m - imperméable à ceinture (PR).

Tartan n. m. - 1. Étoffe de laine à bandes de couleur se coupant à angle droit, vêtement traditionnel des montagnards d'Écosse. Vêtement fait de cette étoffe. 2. Tissu écossais de laine ou de coton.

Low boots, pl (f) - littéralement "botte basse", la low boot est une chaussure très féminine à mi-chemin entre la bottine et l'escarpin. Sa particularité : elle s'arrête sous la cheville. Plate ou à talon, la low boot est aujourd'hui un accessoire incontournable.
(<http://journaldesfemmes.com/faq/672-low-boot-definition>)

Jogging n. m. - survêtement.

Еще одной тенденцией, обозначившейся во французском языке в конце 1990-х-начале 2000-х годов, является активное образование сложных билингвальных слов, один из элементов которых из заимствован из

английского языка, второй элемент является французским эймонимом. При этом заимствования из английского языка под влиянием грамматической системы французского языка классифицируются по гендерному признаку, приобретая артикль мужского или женского рода.

1.7. Отражение вестиментарного кода в интернет-коммуникации

По мнению исследователей, структура моды включает в себя как объекты, так и стандарты поведения. А.Б. Гофман считал, что «модные объекты – это любые объекты, которые оказываются в моде» (Гофман 1994: 11) , например, еда, музыка, литература, живопись, одежда, алкогольные напитки и прочее. Однако, одни нормы поведения или предметы чаще становятся модными объектами, другие – реже. Одежда наиболее часто является объектом моды, в отличие от еды или предметов первой необходимости, что объясняется зависимостью от степени утилитарности. Согласно исследованиям ученых, чем сильнее жизнь человека зависима от определенного предмета, тем с меньшей вероятностью он окажется модным. В. Зомбарт считал, что «чем бесполезнее предмет, тем более подчинен он моде». При этом одна и та же вещь в разных условиях может быть как жизненно необходимой (теплая меховая шуба на Севере), так и модной (в условиях теплого и умеренного климата) (цит. по: Пеньков, 2010: 83).

Однако современная фешн-индустрия предлагает такое многообразие одежды, что она из предмета первой необходимости переходит в разряд предметов моды. При этом мода конца XX-начала XXI века характеризуется высокой степенью медиатичности, иными словами, проникает во все сферы человеческой жизни через средства массовой информации, находя свое отражение на страницах глянцевого журналов, экране телевизора и преимущественно в Интернете.

С 1999 года по сегодняшний день в мире моды проявляется одна общая тенденция – покупка одежды через интернет-магазины. Глобальная

сеть «Интернет» оказала существенное влияние на развитие моды начала XXI века. Сети магазинов готовой одежды переместились из торговых центров на страницы виртуальных каталогов, что отвечает последним веяниям времени: удобство, простота покупки, экономия времени и сил. Так, всеобъемлющий характер интернет-магазинов одежды, привлекающих ежегодно все большее количество покупателей, и определил выбор материала исследования и обуславливает цель настоящего исследования – проследить способы пополнения словарного состава английского и французского языков на современном этапе развития лексико-семантического поля «Мода».

Именно последняя тенденция – перемещение центра моды с подиумов и глянцевого журналов в виртуальный мир – и представляет особый интерес для исследования. Современная жизнь, характеризующаяся динамизмом, быстрой сменой обстановки, обстоятельств, мобильностью и активностью привела общество к необходимости экономии времени и сил. И с этой целью и были созданы интернет-магазины одежды, приобретающие все большую популярность. Безусловно, как и любое новое социальное явление, появление услуг по продаже предметов одежды онлайн затронуло все сферы общественной жизни, и, в первую очередь, оказало влияние на пополнение словарного состава языка. Так, ввиду развития виртуальных магазинов, вокабуляр моды английского и французского языков претерпел заметные изменения. Интернет-коммуникация внесла изменения в процесс общения заказчика и клиента, в результате, ряд слов, обслуживающих такое общение претерпел семантические изменения.

Так, французское слово «**Panier, m**» – корзина, приобрело значение «виртуальная корзина, куда перемещается заказ». Аналогичное расширение значения коснулось английского существительного «**Basket**» в британском варианте английского, для американского английского более типичным является термин «**cart**».

Появилось выражение «**Suivre la commande**» / «**Track my order**», употребляемое для выбора опции отслеживания состояния и местонахождения заказа онлайн.

Также стоит отметить употребление риторического вопроса, который несет в себе побудительную функцию: **Déjà client?** / **Existing User?** / **Nouveau client?** / **New User?** - и после вопроса предлагается или войти на сайт (**S'identifier/ Sign in**), или зарегистрироваться (**S'enregistrer/ Register**).

Еще одной особенностью лексики интернет-магазинов является наличие формы обратной связи, которая в английском языке предложена в виде сложного слова: «**Newsletter**» (news – новости + «letter» – письмо), а во французском – инфинитивом глагола с косвенным местоимением «мне» в препозиции: «**Me connecter**» (связаться со мной).

Однако описанные выше примеры являются общими для всех типов онлайн-магазинов вне зависимости от класса предлагаемых товаров. При выборе сайта интернет-магазина одежды в рамках данного исследования мы опирались на главную характеристику: популярность сайта во французской и английской культурах. Тем не менее, в данном случае, согласно опросам таких онлайн источников как «Marie Claire» (<http://www.marieclaire.fr/les-francais-preferent-les-marques-francaises-a-petits-prix>, 20314, 663825.asp) и «List DOSE» (<http://listdose.com/top-10-famous-clothing-brands/>), представилось невозможным выбрать самый часто посещаемый и популярный сайт как для французов, так и для англичан. Согласно указанным выше сайтам французы отдают предпочтение таким десяти маркам одежды как:

10. Armand Thierry (франко-бельгийская марка)
9. Etam (французская марка)
8. Christine Laure (французская марка)
7. Comptoir des cotonniers (французская марка)
6. Armor Lux (французская марка)
5. Diesel (итальянская марка)

4. Abercrombie&Fitch (американская марка)
3. Camaïeu (испанская марка)
2. Uniqlo (японская марка)
1. Jules(мужская одежда) и Kiabi (женская одежда) (французские марки)

в то время как англичане предпочитают такие бренды как:

10. Calvin Klein (американская марка)
9. Hugo Boss (немецкая марка)
8. Lulu lemon (американская марка)
7. Next (английская марка)
6. Uniqlo (японская марка)
5. Adidas (немецкая марка)
4. Ralph Lauren (американская марка)
3. H&M (шведская марка)
2. Nike (американская марка)
1. Zara (испанская марка)

Таким образом, на основании представленных данных можно сделать вывод о том, что вестиментарный код в английской и французской культурах передается посредством различных марок одежды. В частности, французы отдают предпочтение отечественному производителю, что свойственно в целом нации: борьба за самобытность, сохранение традиций, отказ от моды на «импортные» слова и вещи. При этом французы также обращают внимание на цену и экологичность одежды (Comptoir des cotonniers). Англичане в свою очередь отдают предпочтение известным маркам, которые подчеркивают статус и положение в обществе. Чопорность, присущая национальному характеру жителей туманного Альбиона, «островное мышление англичан» (Тер-Минасова, 2000) выражаются в выборе лаконичных и надежных немецких и английских брендов. В то же время выбор таких марок как H&M, Nike и Zara свидетельствует о стремлении получить от одежды максимальный комфорт

при минимальной цене, поскольку вышеназванные марки являются наиболее бюджетными.

Отметим тот факт, что ни французы, ни англичане «не принимают друг друга» в топ 10 ведущих марок одежды. Вероятно, данный феномен находит свое отражение в истории. «Прохладные» взаимоотношения представителей двух стран базируются на соперничестве на протяжении веков, захватнических войнах и взаимной неприязни культур. Для жителей Франции характерна борьба против проникновения англицизмов в язык. Для англичан увлечение французской модой носит скорее винтажный характер, так как Франция со временем утратила статус мировой столицы моды, и признание культа французской одежды относит нас к прошлым эпохам.

Однако наряду с представленными в онлайн журналах данными, в рамках настоящего исследования мы опирались также на мнения людей в блогах. Так, среди французских пользователей сети Интернет распространены такие марки одежды как Dior, Chanel, Zara, Etam, Promod, Lacoste, Nike, Camaieu, Converse, H&M, Mango, Prada, Gucci, D&G, Guess и т.д. (<https://fr.answers.yahoo.com/question/index?qid=20100703092558AAXH40B>)

Английские блогеры перечисляют также такие марки как Gucci, Hollister Co., Louis Vuitton, Levi Strauss & Co, Burberry (<http://www.slideshare.net/crazykudi/top-30-clothing-brands>).

Стоит подчеркнуть тот факт, что пользователи интернет-сети оказываются более демократичными и отдают предпочтение цене и качеству вне зависимости от страны производителя той или иной одежды, таким образом, современное поколение менее подвержено влиянию стереотипов.

Однако мнение людей, оставляющих свои комментарии в блогах, не всегда является объективным, и не представляется целесообразным использовать в проведении научного исследования данные анонимных

людей, как не позволяющие судить об объективности представленной информации. Проанализировав информацию, предоставленную как в официальных источниках, так и в блогах, в рамках данного исследования представляется логичным рассмотреть лексический состав интернет-сайта «Uniqlo», японского бренда, предлагающего «универсальный гардероб, состоящий из стильных, броских вещей» (<http://shoppingtoday.ru/internet-magaziny/internet-magazin-uniqlo-puxoviki-uniqlo.html>).

Данная торговая марка появилась в 1949 году, однако имела иное название. Но в 1985 году был открыт новый магазин в г. Хиросиме, получивший наименование “Уникальная одежда”. «Uniqlo» - это сокращение от японского названия “Уникальная одежда”. «Uniqlo» имеет более 500 магазинов по всей Японии, в Шанхае, Лондоне, США, Гонконге, Корее, Франции и России. Бренд также занимается разработкой моделей формы для японской олимпийской сборной, спортсмены носят пуховики «Uniqlo». Информация на сайте сообщает, что одежда данного производителя предназначена для молодежи и людей среднего возраста: «Мужчины, женщины и дети могут найти для себя множество современных вещей...». «Повседневные вещи бренда лишены излишних декоративных элементов, это делает их идеальными для формирования надежного базового гардероба на один-два сезона» (<http://shoppingtoday.ru/internet-magaziny/internet-magazin-uniqlo-puxoviki-uniqlo.html>).

Таким образом, одежда, представленная на данном сайте, отвечает всем потребностям современного европейца: доступная по цене, качественная, демократичная (лишенная ярких, запоминающихся отличительных элементов), как следствие – способная к сочетанию с большим количеством элементов гардероба. Еще одним аргументом в пользу лингвистического изучения данной марки одежды является широкий ассортимент, включающий предметы гардероба для всех сезонов года в отличие от очень популярных в Англии и Франции, но узконаправленных брендов, таких как «Victoria’s Secret» (белье и аксессуары), «Nike»

(спортивные товары), «Forever 21» (яркая концептуальная молодежная одежда), «Diesel» (джинсовая одежда), «Le Coq Sportif» (спортивная одежда и обувь) и т.д.

С лингвистической точки зрения выбор японского сайта одежды обуславливает чистоту исследования и ставит рассматриваемые языки в равные позиции. Японский язык, входящий японско-рюкюйскую языковую группу, не является родственным ни одному из языков исследования. Как следствие сайты на английском и французском языках будут являться продуктом перевода оригинального сайта, что также позволит изучить и установить последние языковые тенденции в обоих языках.

При отборе фактического материала с сайтов интернет-магазинов одежды было сделано интересное наблюдение: эймонимы на английской и французской версиях сайта имеют некоторые отличия в графическом оформлении: все буквы в составе французских эймонимов либо прописные, либо только первое слово в составе сложного эймонима пишется с прописной буквы, а в английских эймонимах – только первая буква является прописной:

Veste ajustée à revers cranté 2 boutons avec lin // Tailored Fit Notch Lapel
2 Button Jacket with Linen

PETITE – Robe tube plissée ajustée // PETITE Pleated Tailored Shift Dress

Мы предполагаем, что капитализация является способом привлечения внимания клиента, т.к. обычно любые изменения графики используются для привлечения внимания реципиента информации. Вероятно, для письменного вербального вестиментарного кода характерна аттрактивная функция.

Кроме того, все эймонимы, представленные на английской и французской версиях сайта, являются сложными, многокомпонентными образованиями, максимально полно описывающими продаваемую вещь. Такая многокомпонентная номинация преследует цели создания детального образа покупаемой вещи, аппелирования к ассоциациям покупателя о

модности, стильности, универсальности или удобстве того или иного предмета гардероба.

BELLE EN ROSE

Les pastels sont très tendances cette saison, faisant de cette écharpe un must-have. Portez-la avec votre manteau préféré, ou par-dessus votre pull en maille pour un parfait jeu de textures et de couleurs.

pretty in pink

Pastels are one of this season's biggest trends, making this pretty-pink scarf a must. Wear it with your favourite coat, layer it over knitwear, and be sure to indulge in the luxurious texture every time

Примеры из французского и английского языков позволяют продемонстрировать стремление к максимально детальному описанию предлагаемого в каталоге предмета одежды, можно подчеркнуть наличие модных советов по сочетаемости вещи и повода для ее ношения. Несомненно, такая форма репрезентации является наиболее привлекательной для покупателя, так как позволяет оценить все плюсы предлагаемой вещи, а также является уже готовым руководством к действию, с чем, когда и по какому случаю стоит надеть ну или иную вещь. Безусловно, акцент на «люксовый» вид, который придает своей обладательнице данный шарф, является выражением побудительной и стимулирующей функций рекламы.

Выводы по Главе 1

На основании изложенного материала можно представляется возможным сделать следующие выводы:

- Мода представляется явлением, охватывающим практически все сферы жизни как социума, так и индивида. Мода может составлять объект исследования различных гуманитарных наук: истории, психологии, социологии, политологии, философии и т.д., в том числе и лингвистики. Мода может изучаться как с точки зрения лексикологии, поскольку лексический состав языка, являясь наиболее подвижной и чутко реагирующей на появление и исчезновение тех или иных факторов экстралингвистической реальности системой, претерпевает значительные изменения, так и с точки зрения когнитивистики, ведь, являясь частью результатом ментальной деятельности человека, мода формирует определенный фрагмент языковой картины мира лингвосообщества.

- Исторический аспект изучения моды указывает на ее цикличность, а также быструю смену стилей и направлений, причем количество новых стилей значительно возрастает от века к веку.

- В процессе исторического развития мода претерпевала влияние как внутри-, так и экстралингвистических факторов, подчиняясь основным видам царящей в обществе философии (от индивидуализма до глобализма).

- Учитывая тот факт, что лексика, объединенная семантикой моды, представляет собой значительный пласт французского и английского языков, а также продуктивность выявления языковых кодов различных видов, доказанную в современной лингвистике, мы полагаем обоснованным применять термин «вестиментарный код» для описания изучаемой лексической подсистемы. Код представляет собой систему знаков или символов, необходимых для передачи информации реципиенту в процессе коммуникации. Вербальный вестиментарный код является языковой знаковой системой, которая объединяет наименования предметов одежды (эймонимов) женского, мужского и детского гардероба. В зависимости от

типа коммуникации, вербальный вестиментарный код подразделяется на условно разграничиваемые устный и письменный. Вербальный вестиментарный код является сложной знаковой системой, отражающейся как в языке, так и в лингвокультуре. Языковым выражением вербального вестиментарного кода являются языковые единицы, в совокупности своей образующие «лексико-семантическое поле».

- Полевой подход к изучению лексического состава языка является общепризнанным, продуктивным и популярным в современном языкознании. Лексико-семантическое поле фактически является вербальным отражением концепта, что позволяет сделать вывод о необходимости проведения как структурных, так и когнитивных исследований, поскольку при анализе той или иной лексической подсистемы учитываются как лингвистические, так и экстралингвистические факторы. Выявление единиц ЛСП и моделирование его структуры может служить одним из этапов лингвокогнитивного изучения концепта, а именно, построения его номинативного поля. Необходимо отметить, что одной из задач настоящего исследования фактически является выявление номинативного поля концепта «Мода» ($\approx$ ЛСП) в двух языках, его структурирование и анализ способов его пополнения.

- История моды насчитывает несколько веков, однако наиболее значительный вклад в развитие вербального вестиментарного кода внесли модные тенденции 19-21 веков. Существенное влияние на развитие вокабуляра ЛСП «Мода» в сравниваемых языках оказала и Высокая мода. Сопоставление вокабуляра ЛСП «Мода» в историческом аспекте позволяет сделать вывод о его разнородности и доминировании англицизмов в составе французского языка (особенно начиная со второй половины XX века) и незначительном проникновении французских эймонимов в вокабуляр ЛСП «Мода» в английском языке, что, вероятно, свидетельствует о наличии

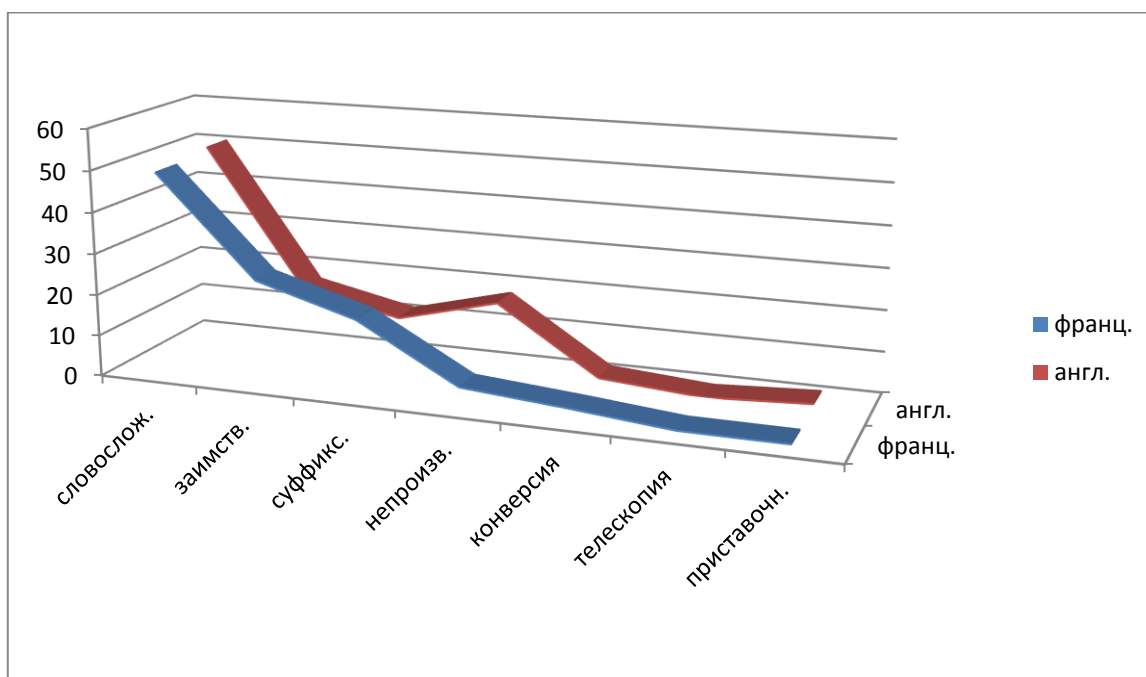
таких черт национального характера англо-саксонской народности, как закрытость и сдержанность.

- Одной из основных характеристик вестиментарной моды в наши дни является ее медиатичность и перемещение с подиумов и страниц изданий о моде в виртуальный мир.

ГЛАВА 2. Способы пополнения ЛСП «Мода» во французском и английском языках

Проведенный анализ базы собранных примеров эймонимов французского и английского языков позволяет сделать интересные наблюдения о ведущих способах пополнения вербального вестиментарного кода. Для большей наглядности представим количественный анализ их продуктивности в виде графика.

Рисунок 2. Соотношение способов пополнения вербального вестиментарного кода во французском и английском языках



Данный график наглядно демонстрирует преобладание словосложения как способа образования эймонимов в обоих языках исследования, значительной доли непроизводных лексических единиц в английском языке по сравнению с французским, значительное количество заимствований во французском языке.

Рассмотрим далее более подробно и на конкретных примерах, какие способы пополнения вербального вестиментарного кода характерны для французского и английского языков.

2.1. Способы пополнения лексического состава языка

Вестиментарный код, отражающий все значимые для развития мирового сообщества тенденции, влияет на эволюцию своей вербальной составляющей, вызывая к жизни новые лексические единицы. В этом смысле, словарный состав языка и обслуживающий его механизм словообразования дают богатейший материал для наблюдений, размышлений и обобщений даже на материале отдельно взятой подсистемы. Функционирование языка сопряжено с исчезновением и появлением слов, сдвигами в их значении, возникновением положительной или отрицательной оценки в значении, с изменением стилистического статуса, появлением ассоциаций, ограничении в употреблении определенной сферой или выходом из нее и т.д., т.е. с проблемами способов пополнения и развития словарного состава языка.

Словарный состав – наиболее проницаемая, изменчивая и подвижная сторона языка, которая «непосредственно реагирует на то, что происходит в мире реалий» (Величко, 2010: 3), в ней отражаются наши представления о различных явлениях внеязыковой деятельности. Характерной особенностью словаря является его способность бесконечно разрастаться за счёт новых слов и новых значений, которые образуются различными путями. Обогащение словарного состава – свидетельство жизни языка, его стремления выразить все богатство человеческих знаний, прогресс цивилизации. Проблемами словообразования языка занимались как зарубежные, так и отечественные ученые: А. Доза (1959), Ш. Балли (2001), И.А. Цыбова (2008), Н.А. Катагощина (2006), З.Н. Левит (1979), С.В. Райлян (1980), Э.А. Халифман (1983), О.В. Раевская (1996), М.Д. Степанова (1963, 1968, 1969, 1984, 1986), А.И. Смирницкий (1954), И.В. Арнольд (1986) и др.

Отметим, что основными способами обогащения словаря, признаваемыми большинством лингвистов, являются:

- 1) аффиксация;
- 2) словосложение

- 3) телескопия;
- 4) аббревиация;
- 5) конверсия;
- 6) семантическое развитие;
- 7) заимствование.

Рассмотрим далее способы пополнения словарного состава языка на примере французских и английских эймонимов.

2.1.1. Аффиксация

Аффиксация – это процесс образования нового слова при помощи присоединения аффикса к основе или корню. Традиционно аффиксация подразделяется на суффиксацию и префиксацию в зависимости от места присоединения служебной морфемы (пре- или постпозиция по отношению к корню), ее лексико-грамматического значения и функциональных характеристик.

Проблема образования новых слов путем *суффиксации* представляется важной для словообразования и является сферой научных интересов таких отечественных и зарубежных ученых как Н.А. Катагощина, Г.В. Овчинникова (2000), И.А. Цыбова (2008), Н.Н. Лопатникова (2002), А.И. Смирницкий, Е.С. Кубрякова, Ch. Bally, J. Dubois, F. De Saussure и др. Основным остается вопрос о продуктивности или непродуктивности как данного способа словообразования, так и самих суффиксов. Так, Ш. Балли и Ж. Марузо, А. Доза стоят на позиции упадка продуктивности суффиксального словообразования во французском языке, основываясь в своих выводах на уменьшении частотности употребления группы оценочных суффиксов (Bally, 1965; Marouzeau, 1955, Брюне, 1981; Dauzat, 1959). Однако данное утверждение ученых не представляется верным, поскольку перенос части на целое, а именно отдельных суффиксов на всю суффиксальную систему языка, не отражает объективной реальности функционирования рассматриваемых словообразовательных формантов.

Обратной точки зрения придерживается Н.А. Катагощина, доказавшая на большом количестве примеров, что в современном французском языке суффиксация остается продуктивным словообразовательным процессом (Катагощина, 2006). Подробная статистика по проблеме продуктивности суффиксации как словообразовательного процесса, накопленная в трудах современных ученых-романистов, подтверждает точку зрения Н.А. Катагощиной. Так, например, Г.В. Овчинникова убедительно доказывает, что продуктивность французских суффиксов постоянно меняется в зависимости от жанровых разновидностей языка, а также находится под влиянием экстралингвистических факторов. Желание более глубокого познания окружающей действительности приводит к возникновению новых понятий, в частности, с появлением имен существительных параллельно происходит зарождение в языке имен прилагательных, призванных обозначать отдельные свойства и качества этих предметов (Овчинникова, 2000).

Примеров суффиксации в образовании простых эймонимов достаточно много:

Jupe, f (юбка) – jupe, m (нижняя юбка) (словообразующий формант ^on)

Jupe, f (юбка) – juquette, f (юбочка, короткая юбка) (словообразующий формант ^ette, имеющий уменьшительное значение);

Cul, m (зад) – culotte, f (короткие мужские штаны, трико) (словообразующий формант ^otte, несущий значение уменьшительности);

Chemise, f (рубашка) – chemisette, f (блузка) (словообразующий формант ^ette, также имеющий уменьшительное значение).

В англистике подобной полемики по поводу снижения продуктивности суффиксации не обнаруживается, напротив, «суффиксация – словообразовательный процесс достаточно жизнеспособный и продуктивный в английском языке» (Януттик, 2013: 80). По мнению ряда ученых, аффиксация сохраняет свою продуктивность в английском языке,

т.к. огромное количество слов образуются за счет суффиксации и префиксации (Абросимова, 2011; Янутик, 2013).

Sweat (испарина, потеть) – sweater (свитер) (словообразующий формант -er);

Night (ночь) – nightie (женская ночная сорочка) (словообразующий формант -ie);

Knick (бриджи, лыжные или альпинистские брюки) – knickers (трусики) (словообразующий формант -er).

Hat - Hatlet (дамская шляпка с вуалью) (словообразующий формант let) (UNT Digital Library).

Префиксация – это морфологический способ словообразования, при котором новое слово появляется за счет присоединения приставки в препозиции к корню.

Префиксация занимает важное место в системе словообразования и французского, и английского языков. Одним из первых проблему префиксов затронул лингвист А.Дарместетер (Darmesteter, 1950), который выделил префиксацию в качестве отдельного способа словообразования, указав, что большинство префиксов восходят к латинизмам. Позднее такой этимологический подход был признан неверным многими учеными. Дальнейшие исследования этого лексического явления позволили Кр. Ниропу отнести префиксацию к совершенно особенному процессу образования новых слов, а А. Доза и Э. Пишон предложили иную классификацию, включив префиксацию в аффиксальное словообразование наряду с суффиксацией (Pichon, 1947; Dauzat, 1959). Именно последний подход рассматривается как наиболее правильный и позволяет максимально широко подойти к изучению префиксов, иногда в сравнении с суффиксами.

По мнению И.А. Цыбовой (Цыбова, 2008), процессы суффиксации и префиксации сходны, однако есть и различия, заключающиеся не только в позиционной характеристике присоединяемого аффикса, но и в большей степени слитности суффикса с производящей основой по сравнению с

приставкой, что, преимущественно, обусловлено акцентной характеристикой словарного состава французского языка. Префиксы имеют более четкое словообразовательное значения по сравнению с суффиксами, что обеспечивает их относительную самостоятельность и потенциальную возможность к лексикализации, т.е. переходу в разряд полнзначных слов.

Еще одно отличие состоит в том, что, как правило, присоединение префикса к производящей основе не влечет за собой образования слова другой части речи. При суффиксации же производное слово и производящая основа чаще всего относятся к разным частям речи. Данную точку зрения разделяет и Н.Н. Лопатникова, которая акцентирует внимание на присущей префиксу автономии семантического значения по отношению к производящей основе, поскольку префикс может только сужать/расширять значение исходного слова, не изменяя смысла. Ученый указывает, что в отличие от суффикса, префикс служит для образования новых слов в рамках одной грамматической категории (Лопатникова, 2002).

Л. Гильбер подразделял префиксы на активные/продуктивные (например, *anti-*, *hyper-*, *super-*, *re-*, *de-*, *sur-*), полуактивные (*préfixes semi-actifs*) (например, *a-*, *ad-*) и неактивные (*préfixes inactifs: ab et d'autres*) (Guilbert, 1971: XLIV). И.А. Цыбова в свою очередь выделяет среди активных суффиксов четыре группы, внутри которых выделяются малые подгруппы (Цыбова, 2008). Данная теория, разработанная на материале французского языка, как свидетельствует проведенное исследование, применима и к английскому языку:

1. привативные и отрицательные префиксы:
 - a) Префиксы, выражающие отрицание: *a-*, *non-*, *in-*, *im-*, *il-*, *ir-*;
 - b) Антонимичные префиксы: *anti-*, *dé-*;
 - c) Префиксы, выражающие противопоставление: *anti-*;
2. Усилительные префиксы: *super-*, *hyper-*, *sur-*, *extra-*, *archi-*, *ultra-*;
3. Префиксы, выражающие пространственные отношения: *sur-*, *extra-*, *sous-*, *a-*, *en-*, *inter-*, *trans-*, *over-*, *under-*;

4. Префиксы, выражающие повторяемость действия: *re-/ré*.

Как во французском, так и в английском языке, в ходе исследования были зафиксированы эймонимы, образованные при помощи префиксов:

фр. *Survêtement*, m (верхняя одежда);

фр. *Sous-pull*, m (тонкий свитер (надеваемый под пуловер));

англ. *Underwear* (нижнее бельё);

англ. *Overcoat* (пальто);

англ. *Outfit* (экипировка, наряд).

Наряду с суффиксацией и префиксацией в словообразовательных системах французского и английского языков можно выделить еще один способ: префиксально-суффиксальный, заключающийся в одновременном присоединении, как префикса, так и суффикса. Наиболее типично такое образование новых слов для категории имен прилагательных (Лопатникова, 2002).

Однако необходимо отметить, что в рамках данного исследования при проведении словообразовательного анализа эймонимов французского и английского языков нами не было выявлено лексических единиц, образованных префиксально-суффиксальным способом, что, вероятно, свидетельствует о непродуктивности данного способа словообразования для изучаемого ЛСП. Пожалуй, можно привести только один пример из английского языка: эймоним ***unmentionables*** [plural] является устаревшей лексемой, и представляет собой имя прилагательное, образованное при помощи приставки ***un*** и суффикса ***able***, перешедшее при помощи конверсии в разряд имен существительных.

Анализ словарей моды современных французского и английского языков позволил выделить некоторые аффиксы, наиболее активно участвующие в процессе образования новых слов в рамках лексико-семантического поля «Мода». Примечательно, что к данному полю относятся в основном существительные, обозначающие названия предметов одежды, декора, стилей моды и т.д. Именно этим объясняется

доминирование суффиксов, реализующих категоризирующую функцию имени существительного. Наиболее продуктивные аффиксы французского и английского языков уже не раз становились предметом исследования (см., например, работы И.Ю. Чернышовой (Чернышева, 2011), Е.С. Дьячковой (Дьячкова, 2011) и др.).

Приводимая ниже таблица иллюстрирует наиболее продуктивные суффиксы при образовании эймонимов в сравниваемых языках (см. Таблица № 3).

Таблица №3 Продуктивные в словообразовании эймонимов суффиксы французского и английского языков

Французский язык	Английский язык
- on (blouson, m)	- er (sweater)
- ette/ otte (chemisette, f/ culotte, f)	Ep-au-lette , epaulet [countable] a small piece of cloth attached to the shoulder of a coat or shirt, especially on a military uniform
- eur (débardeur, m)	-
- et (balconnet, m)	-
- ier (bustier, m)	lin·ge·rie [uncountable] - women's underwear -ie не является суффиксом, это часть заимствованного из французского языка слова
- ien(ienne) (saharienne, f)	

Как видно из таблицы, во французском языке можно выделить гораздо больше типичных для образования эймонимов суффиксов, чем в английском. Два наиболее распространенных суффикса английского языка – er и –ette, являются заимствованными из французского, однако как свидетельствует проведенное исследование, они не являются типичными для английских эймонимов. Данный факт может объясняться как отсутствием грамматического рода в английских именах существительных, так и уже упомянутой в рамках настоящего исследования тенденцией

англичан к обособлению и относительной закрытости языковой системы английского языка по сравнению с французским.

Кроме того, материал данного исследования иллюстрирует ярко выраженные тенденции к преобладающему использованию словосложения и заимствования в письменном вербальном вестиментарном коде при практически полном отсутствии аффиксального словообразования, что позволяет нам несколько ограничить данное направление исследования.

2.1.2. Словосложение

Словосложение (сложение основ) занимает особое место среди способов словообразования. Являясь менее продуктивным словообразовательным способом в сравнении с аффиксацией, словосложение не является достаточно изученным способом словообразования и порождает немало споров среди отечественных и зарубежных лингвистов. Так, согласно мнению зарубежных ученых (Darmesteter, 1950; Nyrop, 1908; L.Guilbert 1975), композиция (= словосложение) во французском языке является достаточно широким явлением и не замыкается на уровне сложения основ двух слов с помощью соединительной гласной. Н.Н. Лопатникова подчеркивает: «un mot composé en français n 'est pas seulement celui qui est formé par l'adjonction de bases différentes... mais n'importe quelle expression qui présente un groupement constant et usuel exprimant une notion, un seul concept» (Лопатникова, 2002: 49). Такой подход позволяет отнести выражения типа «moulin à vent, ferme pilote» к сложным словам.

Вслед за А.И. Смирницким, Н.Н. Лопатникова стоит на позициях несоответствия синтаксического функционирования французских сложных слов, подчеркивая, что нередко сложные слова выступают в роли существительного, не имея в своем составе ни одного элемента данной грамматической категории, например: Un qu 'en dira-t-on, un sans- le-sou, le trop-plein (de l'âme), un prêt-à-porter (Лопатникова, 2002: 49). Идентичные

примеры находим в английском языке: *forget-me-not*, *merry-go-round*.

Разделяя точку зрения А.И. Смирницкого и Н.Н. Лопатниковой, И.А. Цыбова выделяет четыре основных критерия, позволяющих отличить сложные слова от свободного словосочетания:

1. отсутствие явных синтаксических связей между элементами сложного слова;
2. семантическая интеграция сложного слова, даже если его элементы имеют частичную мотивацию;
3. отсутствие функциональной автономии элементов;
4. наличие тире между элементами сложного слова (Цыбова, 2006: 103).

Существуют и другие точки зрения на вопрос определения сложных слов. Так, Б. Потье (Pottier, 1962, 1976) выделяет сложные лексические единицы (*les lexies composées*), иными словами, сложные слова и комплексные лексические единицы (*les lexies complexes*), так называемые обороты речи.

Таким образом, представляется возможным выделить два основных подхода к определению сложных слов: узкий, основанный на формально-синтаксических признаках (И.А. Цыбова, Н.Н. Лопатникова) и расширенный, включающий в себя как слова, с соединительной гласной или тире, так и так называемые группы свободных слов (А. Darmesteter, Chr. Nyrop, Ch. Bally, L. Guilbert).

В рамках данного исследования предлагается принять широкий подход и понимать под словосложением образование лексических единиц путем сочетания двух и более основ при вариативном графическом оформлении (слитное написание, раздельное написание, полуслитное написание (дефис)). Данный способ словообразования эймонимов является высокопродуктивным.

Согласно справедливому мнению ряда ученых (Халифман, Макеева, Раевская, 1983), образование сложных слов является одним из наиболее

активных средств пополнения словарного состава современного французского языка. При этом сложные слова характерны преимущественно для класса имен существительных. Однако, несмотря на высокую частотность образования новых языковых единиц обозначенным выше словообразовательным способом, он ставит перед исследователями немалое количество спорных вопросов. Наиболее спорным является момент определения структуры сложного слова и разграничения сложного слова и словосочетания, а также устойчивого выражения.

Согласно классическому общепризнанному подходу, который разделяет обозначенная выше группа авторов, по структурным особенностям можно выделить четыре группы сложных имен существительных:

1. Adj.+S.: (фр.) *nu-pied, m* ; (англ.) *dressing gown*
2. S.+prép+S.: (фр.) *pantalon à pincés*
3. S.+S.: (фр.) *jupe-culotte, m*; (англ.) *windbreaker*
4. V.+S.: (фр.) *soutien-gorge, m*; (англ.) *swimsuit*

Формальным показателем сложного слова является дефис между его компонентами, что проиллюстрировано в приведенных выше примерах.

Обратимся к проблеме разграничения сложных слов и словосочетаний, базирующейся на двух основных подходах: логико-семантическом и формально-грамматическом, в зависимости от доминирующего признака (семантического или грамматического) (Халифман, Макеева, Раевская, 1983). В то время как одни лингвисты (А. Дармстетер, Ф. Брюно, К. Нюроп, Ш. Балли, Л.В. Щерба, О.И. Богомолова и др.) считают основополагающими семантические принципы, другая группа ученых (А.И. Смирницкий, О.С. Ахманова, Д.Н. Арутюнова (1961), З.Н. Левит и др.) предлагают ставить во главу угла грамматические признаки сложного слова. При семантическом подходе смысловая цельность сложного слова позволяет расширить класс сложных слов за счет включения в него таких понятий как «*pot à eau*», «*fer à*

repasser». При грамматическом подходе, учитывающем цельнооформленность слова (А.И. Смирницкий), количественный состав класса сложных слов сужается до ограниченного числа моделей. Н.Д. Арутюнова объясняет необходимость обращения к форме тем, что «граница сложного слова и словосочетания определяется языковой формой, а не субъективными ощущениями отдельных лиц или социальных групп» (цит. по Халифман, Макеева, Раевская, 1983: 87).

Однако концепция Г. Пауля настаивает на первоочередном принятии во внимание семантики слова, на восприятии словосочетания, лежащего в основе сложного слова, как выражения единого понятия. Но если А. Дармстетеру достаточно только наличия смысловой цельности для выделения сложного слова, то Г. Пауль настаивает на необходимом присутствии других формально-структурных признаков: семантическом, фонетическом, морфологическом, синтаксическом (Пауль, 1960).

Таким образом, исходя из описанных выше положений, одним из подходов к определению сложного слова является понимание под ним «единицы, состоящей не менее чем из двух полнозначных лексических компонентов, соединенных между собой прямым соположением... и представляющей определенную семантическую цельность» (Халифман, Макеева, Раевская, 1983: 89).

Однако в конце 90-х годов XX века вопрос определения сложных слов и их отграничения от иных языковых образований был снова затронут французским исследователем Гастоном Гросс (Gaston Gross). Ученый подчеркивает недостаточную изученность феномена сложного слова, несмотря на наличие существенного количества исследований по данной тематике, а также коллективное упрощенное восприятие данной языковой единицы: сложное слово – это слово, в котором есть дефис. («Le phénomène est donc resté marginal et la perception collective simpliste: les mots composés sont ceux qui ont un trait d'union» (Les expressions figées en français noms composés et autres locutions (Gross, 1996: 3)).

Автор исследования объясняет, что именно противоречивость подхода к определению сложных слов, путаница в определении границ между сложными словами, словосочетаниями, идиоматическими выражениями и прочими лексическими образованиями стала причиной обращения к данной лингвистической проблеме. Прежде в лингвистической литературе разными авторами предлагались такие понятия как «*mot composé*» (и в данном случае вставал вопрос о разграничении понятий словообразование и словопроизводство), «*synapsie*» (Benveniste) (см. Gross, 1996), «*synthème*» (A.Martinet) (см. Gross, 1996), «*lexie composée*» (Pottier, 1967, 1976), «*composés*» et «*juxtaposés*» (Darmesteter, 1893). Именно разнородность терминологического аппарата, отсутствие видимой логики в разграничении сложных слов от других единиц речи обусловили необходимость разработки нового современного подхода к пониманию сложного слова, предложенного Gaston Gross. Автор в первую очередь выделяет языковые образования, стоящие на разных позициях со сложными словами:

- un groupe (syntagme ou phrase) libre (свободная группа слов): примером такой группы может служить сказуемое и его дополнения: *porter une robe en été/ to wear a dress in summer*;

- idiotisme (énoncés liés (I.Fonagy)) – последовательность слов, которая не может быть переведена на другой язык слово в слово без искажения семантического и синтаксического значения (Gross, 1996). Примером могут служить песни, стихи, пословицы и поговорки: *mesurer les hommes à la toise/ clothes make the man (встречают по одежке)*

- racine / mot simple – непроеизводное (или простое) слово: *robe m., dress*;

В качестве оппозиции к простым словам выступают две группы слов:

- mots dérivés – производные слова (образованные при помощи аффиксов): *jupon m., zipper*;

- mots polylexicaux/ mots complexes: *après-ski, robe princesse f., waistcoat, uniform* - сложные слова, являющиеся предметом нашего изучения.

Однако Гастон Гросс (Gaston Gross) подчеркивает, что сам термин *mot composé* (сложное слово) очень часто имеет двоякий смысл и рассматривается с противоположных точек зрения: синтаксической роли зависимого элемента сложного слова и значения слова. Лингвист настаивает на канонически признанном факте семантического единства как критерия определения сложного слова: «Le nom composé évoque dans l'esprit non les images distinctes répondant à chacun des mots composants mais une image unique» (Gross, 1996, p.25).

Однако вместе с признанием факта семантической неделимости сложного слова Гастон Гросс (Gaston Gross) акцентирует внимание на необходимости переосмысления и нового понимания сложного слова, являющегося понятием более емким и обширным, чем о нем было принято думать. Так, автор подчеркивает, что работы по изучению сложных слов должны быть направлены не столько на изучение феномена субстантивного словообразования (именно существительные составляют основу словаря сложных слов), сколько на перспективу изучения сложных слов как терминов, составляющих предварительную структуру для концепта. Иными словами, сложные слова переходят из категории лингвистических объединений (что становится частным случаем их изучения) в более широкую категорию, и становятся объектом изучения когнитивистики.

Именно изложенные выше факты заставляют признать необходимость нового подхода к изучению проблемы сложных слов, поиск их новой классификации и определения их внешних и внутренних границ. Гастон Гросс (Gaston Gross) подчеркивает, что в свете современного подхода к сложным словам их внутренняя структура может и не соотноситься с канонически принятой, признаки сложных слов не являются одинаковыми. Ввиду перечисленных выше оснований, ученый обращается к классификации сложных слов, предложенной французским лингвистом Мишель Матье Колас (Michel Mathieu-Colas), которая выделяет более 700 их видов. Данная классификация представляется довольно современной и

универсальной, объединяя в себе максимальное количество возможных существующих вариаций. Однако для удобства использования Гастон Гросс (Gaston Gross) предлагает 17 основных базовых типов номинального словосложения:

1. Emprunts (Заимствования): *T-shirt, sweat*;
2. Onomatopées (Звукоподражания): *doudoune m.* ;
3. Lettres, abréviations, sigles (Буквы, аббревиации, сокращения (сигли):
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 темах): 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.

Стоит отметить, что классификация Мишель Матье-Колас (Michel Mathieu-Colas) представляется актуальной, и может быть успешно применена не только к сложным эймонимам французского, но и английского языков. В данном исследовании предлагается изучение, классификация и сопоставление сложных слов французского и английского языков на основании разработанных Мишель Матье-Колас (Michel Mathieu-Colas) 17 базовых типов номинального словосложения, а также 8 типов «распространенных» эймонимов.

2.1.3. Телескопия

Еще одним довольно популярным способом образования эймонимов является словообразовательный процесс комплексного характера, сочетающий в себе словосложение и аббревиацию – телескопия. Данный способ словообразования, долгое время считавшийся «вспомогательным», разновидностью словосложения или аббревиации (Арнольд, 1986; Смирницкий, 1976), в лингвистических исследованиях последних лет все чаще рассматривается как самостоятельный и высокопродуктивный (Лашкевич, 2005; Астафурова, 2006; Гетманская, 2008; Эрстлинг, 2010).

Телескопия – способ словообразования, представляющий собой слияние двух или более усеченных основ или слов, а также слияние полного слова или основы с усеченным, в результате которого образуется новая лексическая единица, значение которой полностью или частично выводится из значения ее компонентов (Астафурова, 2006). Например,

Nuit, f («ночь») + chemisette, f («рубашка») = nuisette, f («ночная рубашка»);

Pantalon, m (брюки) + court, adj (короткий) = pantacourt, m (бриджи).

camiknickers [plural] - *British English* a piece of women's underwear that combines a CAMISOLE and KNICKERS

coonskin made from the skin of a RACCOON.

Необходимо отметить, что подобных образований в современных французском и английском языках появляется все больше, что дает основание ряду ученых считать этот способ словообразования одним из наиболее современных способов образования новой лексики (Лашкевич, 2005; Астафурова, Сухорукова, 2006; Гетманская, 2008; Эрстлинг, 2010).

Телескопное слово – это слово, составленное из «сегментов двух исходных слов, при этом деление слов на сегменты не связано с их делением на морфемы, или из двух полных слов с обязательным наложением общего звукового сочетания» (Кузнецова, 2008: 103). Как правило, такие слова обладают повышенной экспрессивностью и привлекательностью вследствие своей необычности и сосуществования параллельно с производящей основой. Вероятно, этим объясняется наличие довольно большого количества эймонимов-телескопизмов в современных французском и английском языках, ведь разрабатывая новую модель одежды, дизайнеры должны придумать и интересное, притягательное для целевой аудитории название. Таким образом, в случае с телескопией важным фактором развития ЛСП «Мода» являются экстралингвистические процессы.

2.1.4. Аббревиация

Одним из современных способов пополнения словарного состава французского и английского языков является аббревиация. Аббревиация (усечение) предполагает создание новых лексических единиц на базе уже существующих в языке через эллипсис части производящей основы (слога, морфемы, буквы или буквенного комплекса). Полученные таким способом лексемы передают полное содержание производящей основы в условиях экономии языковых средств. Кроме того, ученые называют такие причины создания и использования аббревиатур как: новизна способа обозначения по сравнению с уже существующим в языке; относительная необычность формы аббревиатуры-новообразования, иногда выражающая иное отношение говорящего к предмету обозначения; языковая игра; прагматические причины (рациональное, эмоционально-оценочное и образное номинирование предмета) (Максимова, 2003; Горшунов, 1999; Ярмашевич, 2004; Нургалеева, 2010).

Данное явление порождает вокруг себя немалое количество споров в ученой среде. В частности, остается не до конца изученной природа аббревиации, не существует единой трактовки данного понятия, а также остаются спорными вопросы о функционально-стилистическом статусе аббревиатур и разграничении аббревиатур и слов-телескопизмов. В рамках данного исследования представляется возможным освещение основных положений, касающихся данного языкового явления, поскольку аббревиация активно используется в исследуемых языках.

Словарь французского языка «Le Petit Robert» трактует термин «аббревиация» следующим образом:

1. Retranchement de lettres dans un mot, de mots dans une phrase pour écrire plus vite ou prendre moins de place;
2. Mot écrit en abrégé;
3. Expression, mot abrégé à l'oral: acronyme, aphérèse, apocope, sigle»(PR).

Многозначность данного термина, зарегистрированная в словаре, отражает проблему отсутствия конкретики в трактовке «аббревиации», поскольку данное понятие включает в себя как словообразовательный процесс, приводящий к появлению новых слов путем сокращения исходных, так и само слово, образованное как результат данного процесса. Наряду с данной проблемой мы сталкиваемся с рядом понятий, данных в словарной статье в качестве синонимов в устной речи: *acronyme*, *aprhèrese*, *аросоре*, *sigle*.

Другой французский словарь «Larousse» также дает два значения термину «аббревиация» («*abréviation*»):

1. Réduction d'un mot, souvent à sa première lettre ou syllabe.
2. Mot abrégé.

Размытость формулировок и нечеткость границ между типами сложносокращенных слов при трактовке понятия «аббревиация» наглядно представлена в Oxford Concise Dictionary of Linguistics, который не дает определения слова “*abbreviation*”, предлагая толкование термина через перекрестные ссылки на такие термины как *acronym* (a word formed from the initial letters of two or more successive words (OCDL, 1997: 6), *blend* (word formed by joining the beginning of one form to the end of another (OCDL, 1997: 40), *clipping* (process of word-formation in which an existing form is abbreviated (OCDL, 1997: 56).

Словарь лингвистических терминов под редакцией О.С. Ахмановой предлагает следующее определение аббревиатуры: «1. (сложносокращенное слово) слово, составленное из сокращенных начальных элементов (морфем) словосочетания; 2. (инициальный тип сложносокращенных слов, актроним) слово, образованное путем сложения начальных букв слов или начальных звуков». Аббревиация же определяется как «создание аббревиатур» (СЛТ, 2007: 27).

Таким образом, следует сделать вывод о неоднозначности данного термина, обозначающего как словообразовательный процесс, так и его

результат. Однако не представляется возможным признать определения, данные в словарях различного типа, полными и законченными, поскольку к аббревиации в широком понимании могут относиться не только слова, сокращенные по первым звуку, букве, слогу, морфеме или части слова, а также популярные в современном международном интернет-общении буквенно-цифровые комплексы типа 4U, n00b, web 2.0.

Интересным представляется понимание рассматриваемого явления исследователем Н.Н. Ракитиной, относящей аббревиатуры к единицам вторичной номинации со статусом слова, отражающего по своей форме часть или части исходной мотивирующей единицы. Результативную единицу автор называет аббревиатурой или аббревиатурной единицей (Ракитина, 2007).

Исследователь Л.Ф. Каховская в качестве одной из особенностей рассматриваемого способа словообразования выделяет отсутствие значения у элементов, составляющих структуру аббревиатуры, иными словами отдельные элементы лишены лексического значения, которое несет только цельная аббревиатура (Каховская, 1980).

Традиционно аббревиацию подразделяют на два типа: усечение («truncation») и образование инициальных слов («siglaison»). В свою очередь, усечение может подразделяться на апокопу и аферезу в зависимости от слога сокращения – конечного или начального соответственно. Однако ни апокопа, ни афереза не являются типичными для образования эймонимов в английском и французском языках.

Инициальные слова, так называемые «сигли» (sigles или mots mutilés), относятся к одним из ранних способов словообразования, поскольку как французский, так и английский язык заимствовали подобные сокращения еще из латинского: NB - *nota bene*, P.S. - *post scriptum*. Используются такие заимствования «весьма органично: обычно в стилях научной прозы, в деловых документах или в высоких официальных речах» (Разоренов, 2014: 274).

Говоря о вестиментарном коде, можно привести следующие примеры инициальных слов, в большинстве своем представленных начальными буквами имени и фамилии создателей брендовых марок одежды:

Y.S.L. – Yves Saint Laurent

C.K. – Calvin Klein

A.J. – Armani Jeans

T.H. – Tommy Hilfiger

Употребление инициальных слов нашло широкое применение в языке, что объясняется стремлением системы языка к «экономии усилий». Пресса, книги, справочники, карты, чертежи, техническая документация, реклама и бытовая речь прибегают к использованию инициальных слов. Тенденция к употреблению подобного рода аббревиатур объяснима не только стремлением к экономии языковых усилий, но и модой на сокращения, что находит подтверждение в трудах французских лингвистов: "Le sigle deviant un signe de notre civilisation: toute société, toute entreprise, toute équipe sportive, la moindre association met un point d'honneur à se forger un sigle et à se faire connaître par lui. Le sigle acquiert valeur légale et peut être protégé au même titre qu'une marque de produit" (Doppagne, 2007: 83).

Также инициальные сокращения могут быть классифицированы по способу произнесения, в частности выделяют алфаветизмы (произношение алфавитного названия начальных букв слова) и акронимы (слова, произносимые слитно, по слогам). Особенностью инициальных слов является их способность давать производные, в частности, именно акронимы являются наиболее продуктивными. Распространенность инициальных слов во французском языке одинаково высока на уровне как устной, так и письменной речи. Это довольно подвижный пласт лексики, что прослеживается в тенденции к смене одних сокращений другими, перехода одних единиц в пассивный состав языка, но прихода им на смену новых сокращений.

Мода на употребление сокращений, ярко прослеживаемая в XX веке, привела к новому лингвистическому феномену: сокращению имен и фамилий известных людей. Так, французская пресса отразила подобную тенденцию, именуя актрис Брижит Бардо и Клаудио Кардинале В.В. (*Brigitte Bardot*) и С.С. (*Claudia Cardinale*) соответственно.

Исследователи отмечают факт существования в языке инициальных сокращений из двух, трех и четырех букв, причем наиболее частотными являются трехбуквенные сокращения, что также находит свое отражение в лексике, обслуживающей вестиментарный код:

J.F.F.- Jean Franco Ferré;

D&G – Dolce & Gabbana;

M&S – Marks & Spencer.

Принципиальным отличием между усечениями и инициальными словами является сфера употребления. Так, усечения характерны для устной речи, поскольку они упрощают произнесение сложного слова, в то время как инициальные слова служат для целей письменной речи, только потом переходя в устную речь.

Проиллюстрировать данное положение может французский эймоним «les pattes d'éléphant» (клешенные брюки): в устной речи вместо полного варианта сложного слова, как правило, используется сокращение «pattes d'éph». При этом следует отметить, что разговорный вариант перешел на страницы каталогов модных изданий и на данный момент является широко употребляемым на просторах интернет-пространства:

Pantalon extensible noir pat def
(<http://www.rueducommerce.fr/index/pantalon%20pattes%20d%27eph>).

Таким образом, на основании изложенного выше, можно констатировать, что аббревиация не относится к продуктивным способам словообразования эймонимов во французском и английском языках, находя преимущественно выражение в образовании инициальных сокращений от имен и фамилий дизайнеров и модельеров.

2.1.5. Конверсия

Конверсия как способ словообразования наблюдается не только во французском и английском, но и во других языках мира: русском, молдавском, армянском. Наибольшее распространение конверсия получила в языках аналитического строя, к которому относятся изучаемые в рамках настоящего исследования языки. Продуктивность конверсионного способа словообразования настолько высока (Еремеева, Першина, 2014), что, например, в английском языке почти любое слово, и даже буква, может стать основой для образования слова другой части речи: (wow (intj.): expression of surprise → wow (n.): a great surprise → to wow (v): to surprise greatly).

Конверсия давно привлекает внимание лингвистов, что отразилось в большом количестве теоретических работ, посвященных данному способу словообразования (Игнатова, 2004; Альметова, 2011; Першина, Еремеева, 2006). Однако ряд проблем до сих пор носит дискуссионный характер, как, например, вопросы терминологии, механизма данного словообразовательного процесса, омонимичности производящей основы и производной единицы и т.д.

Конверсия представляет собой безаффиксный способ словообразования, при котором слова образуются без формально выраженных изменений, за счет изменения грамматической парадигмы, а, соответственно, и лексической и грамматической сочетаемости, а также семантического объема, что позволяет Г.Б. Антрушиной считать конверсию морфолого-синтаксическим способом словообразования (Антрушина, 2001).

Ю.С. Степанов обозначает конверсию термином «несобственная деривация», во французской терминологии «*derivation impropre, sans suffixe*», что объясняется делением словообразования во французском языкознании на два типа: собственная деривация, к которой относят

суффиксальное словообразование, и несобственная деривация (см. Андреева, 1955).

Некоторые ученые называют конверсию транспозицией. Так, Г.Г. Соколова считает, что для обозначения вида словообразования, называемого в ряде трудов «конверсия», можно использовать обозначение «транспозиция», предложенное Ш. Балли (Соколова, 1987).

В.Г. Гак использует оба термина – транспозиция и конверсия – однако трактует понятие транспозиции гораздо шире, чем понятие «конверсия» (Гак, 2004). По Гаку В.Г., при конверсии слово другой части речи образуется без участия аффиксов, путем изменения синтаксической функции и морфологической парадигмы, т.е. он относит конверсию к морфологической транспозиции.

Морфологическую транспозицию, при которой слово переходит в другую часть речи с результативным образованием новой лексической единицы, отличают от синтаксической, при которой слово выполняет функцию другой части речи, но не переходит морфологически в эту часть речи. Например, слова *courage* – *courageux* представляют собой явление морфологической транспозиции, а слова *courage* – *plein de courage* во французском языке представляют синтаксическую транспозицию.

Морфологическая и синтаксическая транспозиции относятся к функциональной транспозиции, при которой происходит приспособление слова для выполнения функции иной части речи, то есть конверсия является функциональной морфологической транспозицией (Гак, 2004).

Переход слова в иную часть речи путем конверсии – процесс, включающий ряд промежуточных этапов. В некоторых конструкциях слово может утрачивать свои частеречные характеристики, например, слово *monstre* в *un travail monstre* квалифицируется словарями как морфологическая конверсия, а *miracle* в *un produit miracle* как адъективированное употребление, т.е. синтаксическая транспозиция.

А.Дармстетер относит это явление к несобственной деривации в становлении (Darmesteter, 1950). Однако подобные примеры неполной синтаксической конверсии малочисленны во французском языке, в котором в качестве определения типично используется предложная именная конструкция (*une montre en or*).

О.И. Богомолова подчеркивает, что конверсия допускает самые разнообразные семантические преобразования (Богомолова, 1948). Так, значение абстрактного существительного может трансформироваться в конкретное и наоборот (*un toupet – le toupet, une reference – la reference; beauty (quality) – beauty (girl, woman)*), значение прилагательного может меняться в зависимости от пост- и препозиции (*un homme grand – un grand homme; fashion icon – icon fashion*). Автор относит конверсию к грамматической и семантической деривации.

Между тем в современном языкознании конверсия относится к грамматической деривации, а критерием определения самого факта появления нового слова служит приобретение им парадигмы другой части речи. Г.Марчанд предложил пересмотреть эту концепцию, называя конверсией исключительно употребление слова в не исконной для него синтаксической функции (см. Нижельская, 2003).

Таким образом, конверсия, являясь распространенным явлением во многих языках, понимается как такой безаффиксальный способ словообразования, при котором производная лексема, появляющаяся в результате перевода производящей основы в другую часть речи, полностью сохраняет форму последней, но приобретает новые морфологические и синтаксические функции. В зависимости от категории, в которую, или в функцию которой транспонируется лексическая единица, в лингвистической литературе выделяются различные виды конверсии: субстантивация, адъективация, адвербиализация, вербализация, прономинализация, препозиционализация, интеръективация, партикуляция, конъюнкционализация (ЛЭС, 1990: 519).

Итак, конверсия как способ словообразования является неизменно продуктивной в языке, т.к. расширяет номинативные возможности последнего, оставаясь при этом экономичным средством общения. Для иллюстрации явления конверсии в сравниваемых языках приведем несколько примеров:

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

2.1.6. Семантическое словообразование

Семантическое словообразование – явление, до сих пор вызывающее противоречивые толкования в науке, что, безусловно, связано со сложностью этого языкового процесса (Миненкова, 1985; Nair, Carter, Toolan, 1988; Агеева, 1990; Агеева, 1997; Архипов, 1997; Николаев, 1997; Клишин, 2001). Спорными являются вопросы об основном словообразовательном средстве семантического развития, разграничении полисемии и омонимии и т.д.

Под семантическим словообразованием большинство лингвистов понимают 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. Д.Н. Шмелев подчеркивает обязательное наличие между производящим и производным значениями деривативных отношений, или, по терминологии автора, эпидигматических отношений (Шмелёв, 2006).

Семантические процессы, происходящие при таком способе словообразования, основываются на метафорическом переносе, метонимическом переносе, генерализации и специализации исходного значения. В результате появляется новое значение, которое, однако, не вытесняет ранее существующего значения (хотя такое явление возможно), а входит в семантическую структуру лексемы, делая ее многозначной. Универсальный механизм данного семантического процесса включает нейтрализацию одних и актуализацию других семантических признаков и сопровождается переходом нового ЛСВ в другую лексико-семантическую группировку (по сравнению с отнесенностью производящей основы). В данном исследовании такой новой лексико-грамматической группировкой должно являться ЛСП «Мода». 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, конечно, не свидетельствует об отсутствии такого способа словообразования эймонимов во французском и английском языках, однако говорит о его крайне низкой частотности.

2.1.7. Заимствования

Обогащение словарного состава любого языка всегда в той или иной мере связано с процессом заимствования иноязычной лексики, что обусловлено как собственно лингвистическими причинами (например, дифференциация синонимов), так и экстралингвистическими факторами (например, заимствование лексики, считающейся «престижной» в тот или иной момент исторического развития нации).

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 не только во французском и английском языках, но и в других языках (Волкова, 2011).

Однако не все заимствования приобретают одинаковую значимость в заимствующем языке: часть из них ассимилируется, часть воспринимается как иностранные, а некоторые исчезают из заимствующего языка, как только для них находятся эквиваленты.

Феномен заимствования имеет место во всех живых языках. Заимствуются слова из разных языков: итальянского, испанского, русского, японского и т.д. Однако чаще всего слова заимствуются из английского языка как языка мирового общения, получающего в результате процесса глобализации все большее распространение. Такое положение вещей вызывает споры как среди лингвистов, так и среди политиков, социологов, психологов и представителей других областей гуманитарного знания. Так, лавинообразное проникновение англоязычной лексики во все пласты словарного состава современного французского языка стало причиной бурных споров лингвистов о последствиях данного процесса для французской лингвокультурной среды и ее самобытности. Современная языковая ситуация и споры вокруг нее взволновали и правительство Франции, вследствие чего был принят и утвержден новый закон о французском языке. Однако возможность политическими решениями остановить лингвистический процесс вызывает некоторые сомнения, т.к. количество англоязычных заимствований во французском языке довольно большое. По некоторым оценкам доля таких заимствований достигает 12% (Бухрякова, 2009).

Пласт англицизмов во французском языке неоднороден: он состоит из явлений разных лингвистических уровней – заимствований лексических, фонетических (влияния английских произносительных навыков на звучание французской речи) и синтаксических (часто проявляется в атрибутивных словосочетаниях). Лексические заимствования, составляющие наибольшее количество всех заимствований, часто оказываются либо перенесением во

французский язык английских терминов в широком понимании, что служит обогащению языка, либо сопровождаются вытеснением соответствующего французского слова.

Однако, в ряде случаев то, что во французском языке с первого взгляда представляется заимствованиями из английского, может оказаться отнюдь не заимствованием, а сохранением старых французских слов, которые, перейдя в свое время в английский язык, существовали во французском и сохранились до нашего времени (Бухрякова, 2009).

Заимствование – это совершенно новая лексическая форма, новый способ выражения мысли. Попав в язык, иноязычное заимствование начинает ассимилироваться, т.е. приспосабливаться к нормам принимающего языка, его звуковой, графической, семантической, морфологической и грамматической системам. Однако процесс ассимиляции может не завершиться, и слово так и останется иноязычным вкраплением в язык, либо исчезнет, если ему найдется эквивалент в заимствующем языке. Различаются следующие виды ассимиляции:

- фонетическая – основывается на перемещении ударения и редукции финальной гласной;
- графическая ассимиляция – проявляется в употреблении типичных для французского языка звуко-буквенных комплексов;
- морфологическая ассимиляция – уподобление морфем заимствованного слова типичным для принимающего языка морфологическим признакам слова;
- грамматическая ассимиляция – проявляется, преимущественно, в приобретении заимствованным словом категории рода;
- семантическая ассимиляция – проявляется в семантическом развитии заимствования.

Количество современных французских заимствований в английском языке не настолько велико, однако в ходе развития английского языка с 1066 года таких заимствований было огромное множество. Большинство из

них настолько ассимилировались, что даже носители языка не могут распознать французские заимствования в своей речи (Шепелева, 2007). Современные же франкизмы обнаруживают тенденцию к сохранению звуковой и графической формы в языке-реципиенте: *déjà vu*, *chef d'œuvre*, *femme fatale*, *haute couture*, *petite*, *prêt-à-porter*, *à la mode*.

Хотелось бы подчеркнуть, что анализ фактического материала вокабуляра моды показывает, что наиболее часто встречающимся способом пополнения ЛСП «Мода» в современном французском языке является заимствование. Как правило, заимствование происходит из английского языка, что объясняется всеобъемлющим характером его распространения, а также экстралингвистическими факторами. Активному употреблению англицизмов способствует фактор социально-культурного порядка – идеализация американского образа жизни, повышенный интерес к американской культуре. Знание английского языка считается в высшей степени престижным, в связи с широким распространением роли английского языка в современном обществе. Некоторые лингвисты отмечают «экспрессивность новизны» как одну из стойких причин заимствования как англицизмов, так и франкизмов как более престижных, значительных, выразительных слов. Англицизмы во французском языке подчеркивают уровень информированности, франкизмы в английском – высокую образованность, элегантность, утонченность коммуниканта.

Однако стоит заметить, что не только английский язык является поставщиком иноязычной лексики в лексический пласт моды французского языка и, наоборот, французский – в английский. В названиях одежды и обуви во французском и английском языках все чаще встречаются термины, заимствованные из арабских языков, что объясняется усилением политической роли стран востока, укреплением их экономики, ускорением темпов развития, и как следствие, выходом на мировой рынок, сотрудничеством с развитыми странами.

Выводы по Главе 2

Таким образом, изучение теоретических источников по проблемам словообразования и анализ пополнения вокабуляра лексико-семантического поля «Мода» в сравниваемых языках позволил сделать следующие выводы.

- Основными общепризнанными способами обогащения словаря являются: аффиксация, словосложение, телескопия, аббревиация, конверсия, семантическое развитие и заимствование, однако не все эти способы одинаково продуктивны при образовании эймонимов.

- Суффиксация является способом словообразования, представленном существенно шире во французском языке в сравнении с английским, что может объясняться отсутствием грамматической категории рода в последнем, а также закрытостью системы английского языка и неактивным заимствованием суффиксов из других языков.

- Образование сложных слов является одним из наиболее активных средств пополнения словарного состава современного языка, при этом имеет смысл говорить о так называемом номинативном словообразовании, поскольку основу вокабуляра сложных слов составляют именно имена существительные.

- Основным критерием определения сложного слова является факт его семантической неделимости. Однако, современный подход к изучению сложных слов позволяет рассматривать их не только с точки зрения лингвистических объединений, но и как более широкую категорию, являющуюся объектом изучения когнитивистики.

- Именно классификация Мишель Матье Колас (Michel Mathieu-Colas), основанная на 17 основных базовых типах номинального словосложения и 8 типах сложных распространенных лексических единиц, позволяет полноценно и детально описать и сопоставить сложносоставные эймонимы, составляющие ЛСП «Мода» в современных английском и французском языке.

- Такой самостоятельный и продуктивный способ словообразования, как телескопия признан на настоящем этапе развития лингвистической науки одним из наиболее современных, однако в образовании эймонимов данный способ не отличается высокой продуктивностью.

- В рамках ЛСП «Мода» в современном английском и французском языках такой способ словообразования, как аббревиация находит свое отражение в инициальных сокращениях, представленных начальными буквами имени и фамилии создателей брендовых марок одежды. При этом инициализмы являются международными.

- Под конверсией понимается безаффиксальный способ словообразования, при котором производная лексема, появляющаяся в результате перехода производящей основы в другую часть речи, полностью сохраняет форму последней, но приобретает новые морфологические и синтаксические функции. Данный способ словообразования эймонимов довольно продуктивен и во французском, и в английском языке, однако часто он характеризует один из этапов создания новой лексической единицы, например, на первом этапе – суффиксация или словосложения, а на втором – конверсия.

Такой активный способ обогащения словарного состава языка, как заимствование является продуктивным как во французском, так и английском языке. Однако стоит подчеркнуть неравномерность его проявления в сравниваемых языках ввиду неоднородности интра- и экстралингвистических факторов, а также различий в культуре, менталитете и национальном характере представителей двух социумов.

ГЛАВА 3. Структура и способы пополнения ЛСП «Мода» как отражение системы письменного вербального вестиментарного кода во французском и английском языках

3.1.1. Структура лексико-семантического поля «Мода» во французском языке и английском языках

Как уже отмечалось выше, с исторической точки зрения можно говорить о четком проявлении моды как социального феномена начиная с XVI века. Именно с этого периода наблюдается интерес общества к одежде, появляются четко выраженные стили: реставрация, барокко, рококо, экзотизм, натурализм, революционизм, неоклассицизм, дендизм, романтизм, индустриализм, «Севил-Роу», Высокая мода, ритуализм, блумеризм, префаэлитизм, эстетизм, рационализм, Бель Эпок, ампир, ориентализм, модернизм, сюрреализм, утилитаризм, «Нью Лук», неоэдвардианизм, экзистенциализм, глэм, ностальгический романтизм, этноэклектика, классика, панк, неоромантизм, кэжуал, авангард, яппи, гранж, деконструктивизм, постмодернизм, минимализм, винтаж, глобализм. Безусловно, такое разнообразие стилей и, как следствие, новых названий одежды и обуви, привнесенных веяниями моды, нашло свое отражение в языке. Мода, будучи явлением временным, для которого характерна изменчивость, быстрая смена приоритетных названий одежды и обуви, привносит новые лексические единицы, необходимые для номинации предметов одежды.

Учитывая тот факт, что интерес к модным тенденциям проявился примерно в XVI веке, мы посчитали обоснованным включить в общий корпус исследования наименования предметов гардероба, появившихся во французском и английском языках начиная с этого периода.

Для обозначения наименований предмета гардероба в данной работе используется термин «эймоним», под которым подразумевается слово,

номинарующее предмет одежды и обуви, популярной в тот или иной момент развития лингвосообщества.

Лексико-семантическое поле «Мода» является довольно большим и сложным. Учитывая тот факт, что мода пронизывает буквально все сферы жизни человеческого социума, количество выделяемых в изучаемом ЛСП микрополей может быть значительным. Схематично подобное деление ЛСП «Мода» представлено в Приложении 1. Тем не менее, в данном исследовании в качестве языкового материала используются только те микрополя, которые имеют референциальную соотнесенность с одеждой, т.е. изучаются ядро и центр вышеозначенного ЛСП. Ограничение материала исследования, предположительно, не оказывает значительного влияния на определение общей динамики развития ЛСП «Мода», т.к. словообразовательные процессы, выделенные при анализе ядра и периферических компонентов поля, будут идентичными с другими возможными микрополями. Микрополя, включенные в материал данного исследования, представлены в Приложении 2.

Выделяемое поле соответствует всем признакам подобной формы объединения лексики, представленным в монографии З.Д. Поповой и И.А. Стернина «Полевые структуры в системе языка» (Попова, 1989).

Интересным феноменом является наличие в составе рассматриваемого ЛСП эймонимов, образованных при помощи звукоподражания. Ономатопический словообразовательный ряд характерен для микрополя «Детская одежда», поскольку строится на дублировании слогов, часто повторяемых детьми. И хотя очень часто ономатопические эймонимы проникают в лексику таких смежных микрополей как «Мужская одежда», «Женская одежда» или «Одежда унисекс», представляется логичным отнести данный способ словообразования к микрополю «Детская одежда», как основоположника такого типа рядов.

При проведении исследования мы обратили внимание на тот факт, что эймонимы, использующиеся носителями французского и английского

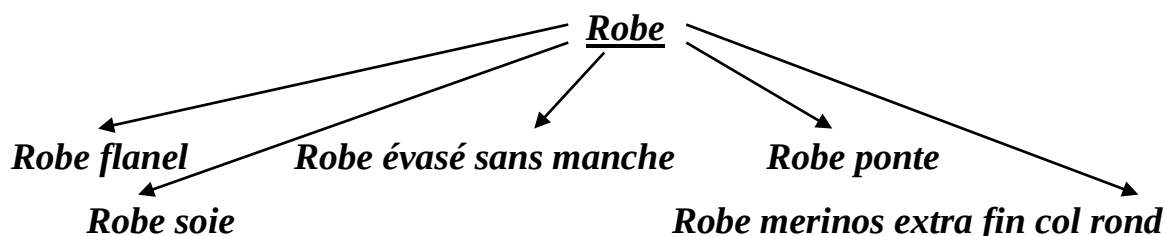
языков в устной речи, как правило, являются простыми наименованиями предметов одежды, заимствованными или образованными по разным словообразовательным моделям, типичным для словообразовательных систем вышеозначенных языков в период появления в них того или иного эймонима. В письменном виде коммуникации, к которому мы относим и интернет-коммуникацию через онлайн-магазины одежды, эймонимы представляют собой сложные образования, состоящие из самого наименования одежды и описывающего данный вид одежды одно- или многокомпонентного дескриптора. Эймонимы такого вида мы относим к сложным словам, а не словосочетаниям или идиомам, в соответствии с одной из самых современных теорий в области словообразования французского языка – классификацией Мишель Матье Колас (Michel Mathieu-Colas), основанной на 17 основных базовых типах номинального словосложения и 8 типах сложных распространенных эймонимов. Данная классификация была репрезентована ранее в рамках второй главы настоящего исследования. Данную теорию мы применяем к анализу письменного вербального вестиментарного кода не только во французском языке, но и в английском языке.

3.1.2. Явление гиперонимии в ЛСП «Мода»

Наличие гиперонимических связей типично для любого ЛСП, в том числе, и ЛСП «Мода». Следствием особенностей письменного вербального вестиментарного кода во французском и английском языках, а именно, потребности не только дать наименование, но и создать максимальное точное описание номинируемого типа одежды, явилось явление гиперонимии: так, однокомпонентный эймоним выступает гиперонимом по отношению к целому ряду лексических единиц, выраженных, соответственно, многокомпонентными эймонимами.

К примеру, французский эймоним «robe», n., f.: *vêtement composé d'un corsage, pourvu ou non de manches ou de col, prolongé par une jupe de longueur*

variable – платье (одежда, состоящая из корсета, предусматривающая или нет ворот и рукава, с юбкой разной длины), является производящей основой для большого количества сложных слов, являясь одновременно гиперонимом по отношению к ним:



Еще одним эймонимом, породившим большое количество сложных слов, связанных с ним отношениями гипонимии, является «jupe»: vêtement qui, monté sur un ruban intérieur ou une ceinture apparente, enserre la taille et descend plus ou moins bas sur les jambes – юбка, одежда, которая держится на талии при помощи пояса и имеет более или менее короткую длину:

Jupe stretch

Jupe évasée

Mini jupe satin

Jupe velours côtelé

Jupe froncée

Jupe droite

Jupe plissée и т.д.

Примеров таких эймонимов огромное множество, все их невозможно привести в рамках настоящего исследования, однако следует обратить внимание на тот факт, что во французском языке гипонимы представляют собой многокомпонентные образования, одним из компонентов которого в большинстве случаев является англицизм.

В английском языке ЛСП «Мода» также содержит большое количество эймонимов-гиперонимов, к примеру, dress – an outer garment for women and girls, consisting of bodice and skirt in one piece (DC) является производящей основой для таких гипонимов как:

Cashmere polo Neck dress

Cashmere colour block dress

Rayon short sleeve dress

Flare sleeveless dress

Chiffon sleeveless polka dot dress etc.

Эймоним skirt - lower part of a woman's dress также выступает в качестве производящей основы для большого числа сложных слов, одновременно выступая гиперонимом по отношению к ним:

Ultra stretch denim pencil skirt

Ripple flare skirt

Stretch skirt

Wool blended skirt etc.

Сравнительный анализ гипонимов английского и французского языков, производящей основой для которых являются идентичные эймонимы «robe/dress» и «jupe/skirt», показывает наличие англицизмов в сложных эймонимах, в то время как фактов проникновения французских элементов в сложные английские слова выявлено не было. Данный факт служит отражением таких языковых тенденций как «англизация» французского языка и консерватизм в сфере заимствованной лексики в английском языке.

Стоит отметить, что склонность эймонимов к гипо-гиперонимическим отношениям объясняется экстралингвистическими причинами: наличием большого количества моделей и фасонов одежды, построенных на общей основе, и необходимостью их описания.

3.2. Особенности структуры ЛСП «Мода», отражаемой французской и английской версиями сайта одежды «Uniqlo»

Французская версия сайта «Uniqlo» включает в себя четыре категории одежды согласно гендерно-возрастному принципу:

Femme

Homme

Enfants

Bébé

В свою очередь каждая их предлагаемых категорий подразделяется на более мелкие категории, обеспечивающие удобство поиска необходимого товара.

Категория «Femme» состоит из таких разделов как «Collection spécial», «UT», «Tops», «Pantalons», «Vêtement d'intérieur & sous – vêtement», «Accessoires».

Категория «Homme» содержит аналогичные разделы.

Категория «Enfants» представлена четырьмя разделами: «UT», «Tops», «Pantalons», «Vêtement d'intérieur & sous - vêtement».

И, наконец, категория «Bébé» подразделяется на два раздела «Nouveau-né» и «Nourrisson».

Английская версия сайта «Uniqlo» включает в себя три категории одежды согласно гендерно-возрастному принципу:

Women

Men

Kids&Babies

Аналогично французскому сайту каждая из категорий подразделена на разделы. Так, категория «Women» включает в себя Outwear, Knitwear, Tops, Bottoms, Accessories & Underwear.

Категория «Men» представлена аналогичными разделами.

Категория «Kids&Babies» состоит из раздела «Underwear» и четырех разделов, характеризующихся гендерными и возрастными различиями: Boys [Year 3+], Girls [Year 3+], Infants [Years 1-3], Babies [Months 3-24].

Таким образом, можно констатировать различия в восприятии детского возраста у представителей французской и английской наций. Так, французы подразделяют детей на две категории: малыши и дети, не разграничивая по гендерному признаку, в то время как англичане в рамках одной категории указывают на возрастные и гендерные аспекты. Возможно,

в данном случае отражена современная тенденция развития французского общества – право на половое самоопределение детей. Именно поэтому детская одежда не разграничена по половому признаку. Англичане, напротив, придерживаются классического стиля воспитания и образа жизни, что находит отражение в классификации разделов сайта одежды.

Исходя из более подробного изучения наименований предметов одежды, можно сделать вывод о том, что количество эймонимов, именующих мужскую и женскую одежду, явилось примерно одинаковым. При этом на английской версии сайта можно констатировать численное превосходство мужской одежды.

Также стоит обратить внимание на наличие англицизмов в наименовании категорий одежды на французском сайте: «Tops», «UT» (unique T-shirts), союз «&», что отражает общую тенденцию французского языка к заимствованию. В англоязычной версии сайта наличие заимствованной лексики в заголовках категорий одежды не зафиксировано.

Интересным является факт репрезентации на франкоязычной и англоязычной версиях сайта разных коллекций моделей одежды и аксессуаров. Иными словами, несмотря на то, что сайты предлагают коллекции одного и того же японского бренда одежды, представленные на сайтах модели одежды не являются идентичными. Таким образом, несмотря на современную тенденцию к унификации стиля одежды в глобальном (мировом) масштабе, следует отметить, что мода сохраняет черты национальной идентичности и для каждого народа она является индивидуальной, поскольку призвана отражать не только национальные черты и характер, но и потребности людей, связанные с экономическими и климатическими условиями жизни и быта.

Исходя из представленных на французской и английской версиях сайта категорий одежды, можно описать структуру лингвокультурного поля «Мода» в виде трех микрополей: «Женская одежда», «Мужская одежда»,

«Детская одежда». Схематично полевую модель лингвокультурного поля «Мода» можно представить следующим образом:

Схема № 1 Полевая модель ЛКП «Мода»



Данная схема отражает лингвистические взаимоотношения внутри микрополей: наиболее тесной является связь между микрополями «Мужская одежда» и «Женская одежда» ввиду тенденции к стиранию границ и различий между мужской и женской одеждой. Все более популярной становится одежда унисекс, и такие базовые вещи гардероба как джинсы, брюки, рубашка, пиджак, костюм, пальто, куртка – давно потеряли гендерную маркированность. В процессе развития моды эймонимы одного микрополя могут переходить в другое микрополе. В данном случае эймоним может как сохраниться в употреблении и в первичном микрополе, так и сменить микрополе, изменив лексическое значение. Например, рубашка (chemise f., shirt), став предметом женской одежды, присутствует в обоих микрополях, что не характерно для лосин

(leggings), которые изначально были предметом мужского гардероба, однако сменили микрополе и сейчас представлены в женской одежде. Поскольку в современном мире происходит постепенное стирание границ между мужской и женской одеждой, и эймонимы микрополей в большинстве случаев дублируют друг друга, в данном исследовании мы будем изучать способы пополнения вокабуляра ЛКП «Мода» на примере объединенного микрополя «Женская и мужская одежда».

В свою очередь микрополе «Детская одежда» заслуживает особого внимания в рамках данного исследования, поскольку обладает рядом особенностей, не характерных ни для одного другого микрополя, входящего в состав ЛКП «Мода».

Итак, согласно логике исследования, нами будут изучены эймонимы микрополей «Детская одежда» и «Женская и мужская одежда» в сравнительном аспекте французского и английского языков.

3.3. Лексические особенности эймонимов микрополя «Женская и мужская одежда» во французском языке

Микрополе «Женская и мужская одежда» представлено во французском языке достаточно большим количеством лексических единиц, составляющим около 500 наименований одежды (491 на момент проведения исследования). При этом доля эймонимов, именующих типично мужскую одежду, не уступает в количественном соотношении эймонимам, именующим женскую одежду. Таким образом, происходит разрушение стереотипа о минимализме в мужском гардеробе и о существенном превосходстве вещей в женском. Ранее считалось, что женской природе свойственно стремление наряжаться, украшать себя, выделяться на фоне остальных, мужчина же не должен уделять столь пристального внимания своей внешности. Однако современная жизнь диктует свои правила и рушит стереотипы: в конце XX- начале XXI века мужчине необходимо следить за своей внешностью и одеждой. Мода стала занимать умы сильного пола

гораздо больше, чем это было несколько столетий назад. Об этом свидетельствует существенное количество разновидностей одного и того же элемента одежды. Современный мужчина – это мужчина, который в первую очередь, хорошо одет и находится в курсе последних веяний моды. Также не секрет, что такие общественные явления во Франции как признание сексуальных меньшинств и узаконивание однополых браков, явились дополнительным стимулом для привлечения внимания к образу мужчины. Так называемое право на сексуальное самоопределение приводит к унификации одежды, моде на стиль унисекс.

Одним из факторов активного развития и процветания индустрии одежды во Франции является коммерческий успех ее реализации. Ежегодно сотни дизайнеров по всему миру представляют новые коллекции, интерес к которым в обществе растет в геометрической прогрессии. Обилие предметов женской и мужской одежды напрямую сказалось на развитии языка, так как каждой новой вещи необходимо было дать свое наименование. При этом чем интереснее, звучнее или необычнее будет называться одежда, тем большим спросом она будет пользоваться, т.е. язык в данном случае выполняет аттрактивную функцию, привлекая внимание потенциального покупателя к тому или иному виду одежды. Вероятно, этот факт объясняет и наличие в рассматриваемом микрополе заимствованных эймонимов, сложных слов, телескопных образований, т.е. ярких и новых для заимствующего языка лексических единиц:

T-shirt

Chemise easy care

Manteaux & vestes

Pantacourt

Представленная на сайте женская и мужская одежда марки «Uniqlo» характеризуется универсальностью и охватывает гардероб для четырех сезонов года (типичных для климата Франции). Следует отметить, что при анализе эймонимов, нами были выявлены дифференциальные семы,

служащие для различения моделей. В частности, к таким семам относятся длина рукава, материал изделия, тип воротничка и т.д. Сводная таблица дифференциальных сем представлена ниже:

**Таблица № 4 Дифференциальные семы ЛСП «Мода»
во французском языке**

<i>Тип ткани</i>	<i>Длина рукава</i>	<i>Тип воротника</i>	<i>Длина изделия</i>
En soie <i>Robe en soie</i>	Manche longue <i>Blouse manches longues</i>	Col rond <i>Cardigan col rond</i>	Long <i>Jupe longue</i>
En coton <i>Chemise coton</i>	Manche courte <i>Robe Jonathan Adler manches courtes</i>	Col V <i>Cardigan col V</i>	Court <i>Socquettes courtes</i>
En jersey <i>Robe drapé en jersey</i>	Manche ³ / ₄ <i>Blouse manches 3/4</i>	Col U <i>T-shirt col U</i>	Haut <i>Socquettes hautes</i>
En lin <i>Tunique en lin premium manches longues</i>	Demi-manches <i>Tunique demi-manches</i>		7/8 <i>Pantalon 7/8 stretch</i>
Denim <i>Chemise denim</i>	Sans manches <i>T-shirt sans manches</i>		Normal <i>Socquettes normales</i>
En chambray <i>Chemise en chambray manches longues</i>	Sans bretelles <i>Débardeur sans bretelles</i>		
Stretch <i>Chemise stretch manches longues</i>			
En modal <i>Cardigan en modal mélangé</i>			
En cachemire <i>Pull col V en cachemire et coton</i>			
En dentelle <i>Caraco en dentelle</i>			
Ultra-stretch <i>Jean ultra-stretch</i>			

Лексические единицы, представленные в таблице, формируют периферию микрополя «Женская и мужская одежда» и с грамматической точки зрения представляют собой различные части речи:

Качественные прилагательные: Long (длинный), Court (короткий), Haut (высокий);

Имена существительные: Denim(деним), Stretch (стрейч);

Словосочетания типа «имя прилагательное + имя существительное»:

Manche courte (короткий рукав);

Однако наиболее распространенным типом является сочетание предлога и имени существительного: En jersey (из джерси), Sans bretelles (без бретелек), En dentelle (из кружева).

Встречаются сложные слова, основанные на частицах и именах существительных: Ultra-stretch (ультра-стрейч), Demi-manches (полурукав).

Таким образом, с точки зрения соотношения исконного языка и заимствований в лексике периферии микрополя «Женская одежда» можно констатировать проникновение англицизмов, к примеру:

Ultra-stretch, denim, chambray;

однако количество иноязычной лексики остается минимальным на периферии микрополя, следовательно, напрашивается вывод о том, что заимствования из английского языка затронули ядро микрополя «Женская и мужская одежда» лингвокультурного поля «Мода», однако в незначительной степени затронули периферию поля.

Ядро микрополя «Женская и мужская одежда» представлено существенным лексическим пластом, насчитывающим около 500 наименований одежды. Рассмотрим способы образования эймонимов микрополя «Женская и мужская одежда».

3.4. Способы пополнения микрополей «Женская и мужская одежда» во французском языке

3.4.1. Заимствование

Одним из основных способов пополнения словарного состава исконного языка является обращение к заимствованной лексике. Микрополе «Женская и мужская одежда» содержит существенный пласт эймонимов, заимствованных из разных языков. Безусловно, самым активным языком-донором является английский. Рассмотрим далее примеры заимствованных из разных языков эймонимов в логике диахронного исследования – начиная от наиболее ранних заимствований и заканчивая заимствованием эймонимов в современный французский язык.

Так, в 1643 году из итальянского языка был заимствован эймоним «caleçon», *m*, кальсоны, (*it. calzone*)- *sous-vêtement masculin, culotte à jambes longues (caleçon long) ou, plus souvent, courtes(PR)* - мужская нижняя одежда, длинные или чаще короткие штаны. Эймоним функционирует в языке по сей день, являясь частью наименования предмета одежды, только уже мужского гардероба.

Интересно проследить семантическое развитие эймонима «parka» *f. ou m.* в диахронном аспекте. Данный эймоним был заимствован в 1761 году из эскимосского языка, однако быстро вышел из употребления, перейдя в разряд архаизмов. Спустя почти два века эймоним «parka» возвращается во французский язык как заимствование из американского варианта английского языка в значении: *Veste longue de sport, en tissu imperméable, munie d'une capuche* – длинная спортивная куртка из непромокаемой ткани с капюшоном. Стоит отметить, что данный эймоним так и не получил в языке конкретной гендерной маркированности, что зафиксировано словарями: «parka» *f. ou m.* – парка, ж. и м. род. Вероятно, с одной стороны, по аналогии со словами, оканчивающимися на гласную, данный эймоним относят к именам существительным женского рода. С другой стороны, стремление языковой системы к универсализации

проявляется в употреблении данного заимствования в мужском роде. Данный эймоним является подтверждением положения о цикличности моды и возвращении в нее базовых предметов гардероба.

Эймоним «*caraco*», n. m.: *Corsage de femme, blouse droite et assez ample* – женская кофточка, прямая и довольно широкая блузка, обязан своим появлением тюркскому языку. Заимствование эймонима произошло в 1774 году, однако с тех пор его семантическое значение было преобразовано: *Sous-vêtement féminin droit et court, à bretelles, couvrant le buste* – прямая и короткая женская нижняя одежда, покрывающая грудь.

В 1802 году из итальянского языка был заимствован эймоним «*pantalon*», m.: *Culotte longue descendant jusqu'aux pieds (PR). Vêtement couvrant le bas du corps, de la taille ou des hanches jusqu'aux chevilles, en habillant chaque jambe séparément (DV)* – одежда, покрывающая нижнюю часть туловища и каждую ногу в отдельности.

Эймоним «*Legging*» n. f. pl. (имеет два варианта написания в силу фонетических особенностей английского языка: *leggings* ou *leggings*) – *Jambières de cuir ou de toile*: кожаные или тканые гетры или гамаши. В таком значении эймоним был заимствован в 1844 году из английского языка от слова *leg* «*jambe*» (нога). Однако в процессе «модной эволюции» под словом «*leggings*» стали понимать обтягивающие комфортные штаны для занятий спортом до щиколоток; лосины: *Le legging (de l'anglais «leg», la jambe), ou caleçon moulant en français, est un pantalon moulant sportif féminin, qui va de la taille aux chevilles. On l'appelle aussi collant sans pieds ou caleçon (long) (WP).*

Эймоним «*Short*» n.m. - *Culotte courte (pour le sport, les vacances)* – короткие штаны (для занятий спортом, каникул) – был заимствован из английского языка в 1910 году и представляет собой конверсионное слово «*short*»- «*court*» от английского имени прилагательного «короткий», перешедшего в разряд имен существительных.

Английский язык дал название трикотажной спортивной рубашке с открытым воротом: «*polo*», m. (1913): *Chemise de sport en maille, à col ouvert.*

Появление данного вида одежды обязано ряду экстралингвистических факторов, а именно активному развитию спорта в начале XX века. В этот период поло из военной дисциплины, уходящей корнями в Индию, становится великосветской игрой. Двадцатые-тридцатые годы прошлого столетия были временем спортивным - развивалось спортивное плавание, фигурное катание, бобслей, горные лыжи, теннис. Некогда популярные скачки сменились на более модное и более агрессивное поло. Новые виды досуга потребовали и новой одежды, среди которой оказалась и особенная рубашка-рубашка-поло. Данный эймоним получил свое название случайно, когда на очередном британском турнире один из игроков вышел именно в такой рубашке. Несколько позже не только наездники, но и теннисисты надели поло. Одним из первых был француз Рене Лакост (Fashion Bank). С лингвистической точки зрения, в данном примере прослеживается процесс метонимического переноса значения, когда одежда получила название от вида спортивной игры. Изначально предмет мужского гардероба, поло перешло в разряд одежды унисекс.

В 1928 году французский язык перенял от английского эймоним «Cardigan» n. m. - Veste de tricot à manches longues, et boutonnée devant jusqu'au cou- трикотажная куртка с длинными рукавами на пуговицах до шеи. Происхождение эймонима представляет интерес, так как Cardigan- это имя собственное: лорд Джеймс Томас Брюднелла, 7-й граф Кардиган (James Thomas Brudenell, 7th Earl of Cardigan), это реальный исторический персонаж, который ввел в моду кофту такого покроя, служившую в качестве утеплителя во время Крымской войны. Кофта оказалась настолько практичной и удобной, что благодарные служивые стали называть ее «кардиганом» - в честь своего командира (F2F-mag.ru).

Прочно вошедший в моду в 1930 году свитер, «Pull» n. m. представляет собой аббревиатуру от английского сложного слова «pull-over» и имеет значение «свитер, надевающийся через голову»: Chandail que l'on enfile par la tête (<http://www.linternaute.com/dictionnaire/fr/definition/pull->

[over/](#)). Стоит подчеркнуть, что данный заимствованный эймоним вытеснил из употребления французское название для свитера - «Chandail».

Эймоним-топоним «Bikini» n. m. - Maillot de bain formé d'un slip et d'un soutien-gorge- купальник, состоящий из плавок и бюстгальтера, появился во французском языке в 1946 году. Название «Bikini» обязано своим происхождением названию атолла в Тихом океане. Данный эймоним имеет во французском языке синоним «deux-pièces», который также был вытеснен из употребления с проникновением иноязычного слова.

Пожалуй, самым распространенным типом одежды в наши дни являются джинсы. Эймоним «jean», m. - pantalon de toile très solide (bleue à l'origine), à coutures apparentes – брюки из прочной ткани (изначально голубого цвета), с декоративной отделкой, был заимствован из англо-американского языка в 1948 году. Представляя собой эллипсис из двух английских слов «Jene fustyan» («futaine de Gênes»), эймоним является топонимом, так как «Gênes» – Генуя, это название города, откуда завозили ткань для изготовления брюк.

Интересным эймонимом-англицизмом (американизмом) является «tee-shirt», m.: maillot de coton à manches courtes ou longues, en forme de T (porté à l'origine par les joueurs de base-ball) – футболка – хлопковая майка в короткими рукавами, напоминающая по форме букву «Т» (изначально майка для игрока в бейсбол). Эймоним был заимствован в 1950 году и получил широкое распространение как в мире мужской, так и женской моды. Стоит отметить графические особенности выражения эймонима, заключающиеся в наличии двух вариантов написания: более длинном tee-shirt и укороченной форме: t-shirt. Однако наряду с этим в начале XXI века проявилась еще одна графическая тенденция: написание слова без дефиса. Таким образом, в современном французском языке зафиксировано четыре варианта графического выражения данного эймонима: tee-shirt, T-shirt, tee shirt, T shirt, при этом вариант с прописной буквы – T-shirt – является

наиболее предпочтительным и частотным как во французском, так и в английском языке.

Эймоним «*bermuda*», *m.* заимствованный в 1962 году *из английского языка* (mot angl. amér., nom des îles Bermudes): *short collant à longues jambes s'arrêtant au genou*- обтягивающие шорты, имеющие, как правило, длину до колена, представляет собой эпоним. Данные шорты получили свое наименование от Бермудских островов, на которых впервые их начали носить.

Еще одним заимствованием из английского языка является «Boxer» *m.,pl.*, аббревиатура от «boxer short» (литературное название «short du boxeur»): Le boxer ou est un type de sous-vêtement plus long qu'un slip qui, s'il peut être porté par les femmes, est principalement masculin- тип нижнего белья, более длинного чем трусы или плавки, которое носят как женщины, так и, значительно чаще, мужчины (WP). Стоит отметить, что «Boxer»- заимствование середины 1990-х годов.

Также к недавним заимствованиям - англицизмам является «Топ» *n.,m* - débardeur à fines bretelles porté par les femmes- (<http://dictionnaire.reverso.net/francais-definition/top>) – женский тельник без рукавов с глубоким вырезом на тонких бретельках. Данный эймоним употребляется также часто, как и его французский синоним «débardeur».

Современным эймонимом, обогатившим словарный состав французского языка, является «shorty» *m* - un type de sous-vêtement (ou de maillot de bain) destiné à cacher le pubis. C'est un petit short très court, qui s'arrête juste au-dessus des fesses – тип нижнего белья, очень короткие шорты, которые заканчиваются сразу под ягодицами. Данный эймоним имеет также другое название: «culotte garçon» (штанишки для мальчика).

Brator - данный эймоним является недавним заимствованием из английского языка, еще не получившим закрепление в толковых словарях. «Brator» представляет собой сложное слово, полученное из двух английских эймонимов «bra»(бюстгальтер) + «top» (топ). Данный эймоним

активно представлен на сайтах интернет-магазинов одежды, однако с грамматической точки зрения еще не имеет гендерной маркированности, иными словами, не получил в языке артикля мужского или женского рода.

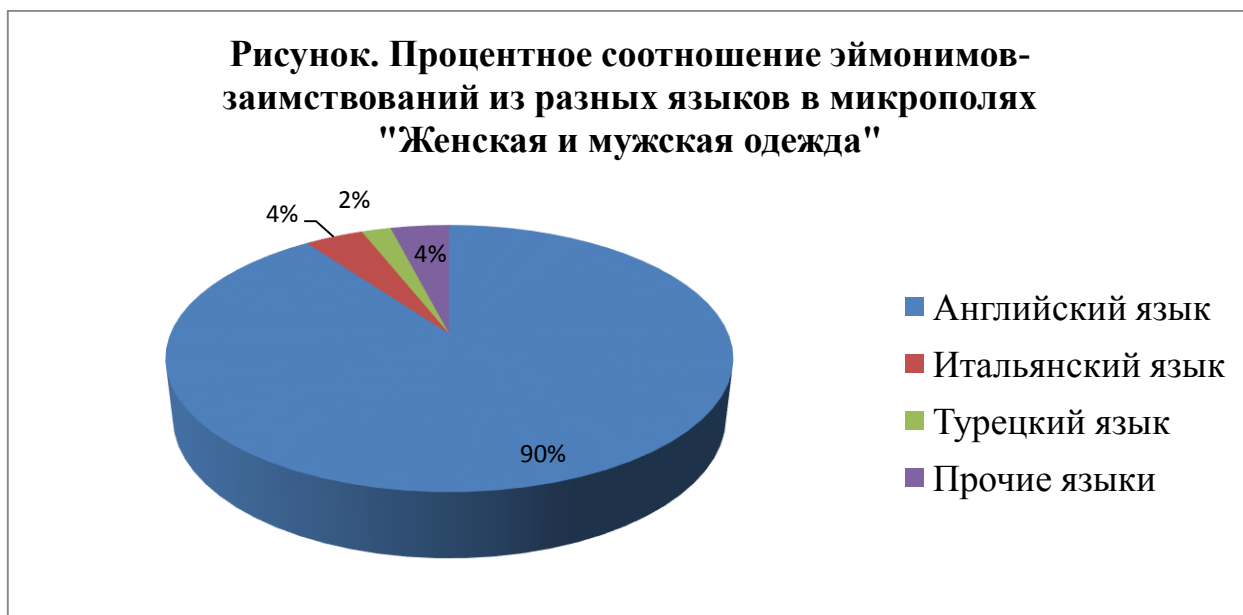
К современным эймонимам-англицизмам, не зафиксированным французскими словарями, относится имя существительное «broadcloth» - ткань чёрного цвета типа тонкого сукна. Во французском языке данный эймоним употребляется в сочетании с существительным «Robe» - платье. «Robe broadcloth» можно рассматривать как сложное слово, состоящее из двух элементов, с грамматическими связями типа N+N. Данный феномен можно рассматривать как одну из тенденций развития современного французского языка: образование сложных слов на основе билингвальных элементов, один из которых из французского языка, другой, чаще всего, является англицизмом.

Также нами был выявлен эймоним-англицизм «FOOTSIE», употребленный во множественном числе для обозначения женских подследников. Данное слово не зафиксировано французскими словарями и не получило гендерного маркера и употребляется во множественном числе: «FOOTSIES». В переводе с английского «FOOTSIE»- обозначает «флирт, заигрывание». Возможно, данное название прижилось благодаря эффекту неожиданности от употребления слова в несвойственном ему значении или же от английского фразеологизма: «to play footsie» - заигрывать (с кем-л.), намекающего на то, что данные подследники придают ногам изящность и красоту. Тут еще есть footglove- туфли, мягкие, обтягивающие

Таким образом, диахронный срез изучения заимствованных эймонимов позволяет констатировать факт стремления французского языка к принятию иноязычной лексики на протяжении всей истории своего развития. Характер заимствованной лексики менялся в зависимости от эпохи, следуя логике развития торгово-промышленных связей Франции с другими странами, чем объясняется последовательное преобладание заимствованных эймонимов из турецкого, тюркского, японского,

итальянского, испанского, английского языков. Если до конца XVII века ведущими языками-донорами эймонимов являлись итальянский и испанский, то с XVIII существовавшая картина кардинально преломилась в пользу английского языка, что легко объяснимо экстралингвистическими факторами: именно с этого периода Англия становится мощной индустриальной державой, а английский язык начинает завоевывать массовую популярность и получает широкое распространение.

Говоря о количественном соотношении заимствованных эймонимов, представленных на сайте «uniqlo.com/fr» безусловно, стоит отметить доминирующую роль английского языка. В целом распределение иноязычной лексики в микрополе «Женская и мужская одежда» отражено в приведенной ниже диаграмме (см. рис.):



Таким образом, анализ заимствованной лексики микрополя «Женская и мужская одежда» позволяет сделать следующие выводы:

- заимствованная лексика обширно представлена в ядре микрополя «Женская одежда», однако периферия микрополя в незначительной степени затронута проникновением иноязычных лексических единиц;
- основным языком-донором, обогащающим микрополе «Женская одежда» лингвокультурного поля «Мода», является английский;

- иноязычные слова, проникающие во французский язык, приобретают гендерную маркированность как следствие влияния грамматической системы языка-реципиента;

- часть недавно заимствованной лексики активно представлена на сайтах магазинов женской одежды, однако еще не зарегистрирована во французских словарях, и, как следствие, не получила в языке артикля женского или мужского рода;

- одной из тенденций современного французского языка является активное взаимодействие с заимствованиями и образование сложных билингвальных слов и словосочетаний.

Среди эймонимов-заимствований можно выделить около 30% эпонимов – слов, образованных от имен собственных. Стремление к наименованию одежды по месту ее происхождения или имени человека, ее придумавшего, может быть объяснено, в первую очередь, новизной и необычностью звучания такой вещи. Эймоним быстро входит в моду, является более ярким и заметным в языке, привлекает внимание и, как следствие, повышает спрос на тот или иной предмет одежды и обуви. Наряду с этим, недостаточность средств исконного языка для номинации нового предмета одежды служит распространению и ассимиляции такого рода лексических единиц.

3.4.1. Аффиксация

Безусловно, заимствование лексических единиц является важным средством пополнения словарного состава языка. Однако в языке существуют и другие способы обогащения вокабуляра. В частности, к одним из самых продуктивных относится образование новых слов путем прибавления аффиксов. Проиллюстрируем далее аффиксальное словообразование эймонимов примерами, отметив, что в данной работе все представленные эймонимы, образованные при помощи аффиксации, можно классифицировать на две категории в зависимости от производящей

основы: от имени существительного или от глагола. Также стоит обратить внимание на тот факт, что из трех видов аффиксации: парасинтетического словообразования, префиксации и суффиксации, нами не было выявлено эймонимов, образованных первыми двумя способами в микрополе «Женская одежда». Таким образом, в работе рассматриваются лексические единицы, словообразовательными формантами которых являются только суффиксы.

Рассмотрим эймонимы, образованные от имен существительных.

Так, эймоним «chemisier», n. m. был образован от существительного «chemise», n., m. (рубашка) в 1806 году и реализован в микрополе «Женская одежда» в 1902 году во втором семантическом значении:

1. Fabricant ou marchand de chemises – торговец рубашками;
2. Corsage de femme, à col, fermé par-devant – женская блузка с воротником, застегивающаяся впереди.

Chemise+ ier → chemisier (Словообразование проходит по модели: N+[^])

Словообразующий суффикс «ier» используется, как правило, для образования существительных, обозначающих профессию, а также предметную отнесенность к какому-либо понятию, как в случае с эймонимом «chemisier».

По аналогичной словообразовательной модели был образован эймоним «culotte» n., f. – vêtement masculin de dessus qui couvre de la ceinture aux genoux (d'abord serré aux genoux) et dont la partie inférieure est divisée en deux éléments habillant chacun une cuisse (1515) - короткие мужские штаны. В процессе семантического развития эймоним «culotte», f расширил свое значение, и под влиянием тенденции к гендерной маркированности, стал означать предмет нижнего женского белья (1593; sous-vêtement féminin qui couvre le bas du tronc, avec deux ouvertures pour les jambes – трусы)

Cul+ otte → culotte (N+[^])

Словообразующий формант, суффикс женского рода «otte», несет в себе уменьшительное значение, подчеркивая небольшой размер данной одежды.

Эймоним «bustier» n., m. (1955; sous-vêtement féminin ou corsage sans bretelles, qui maintient le buste jusqu'à la taille – лиф, бюстгальтер без бретелек, майка) был образован при помощи суффикса «ier», образующего имена существительные со значением «предмет, объект»:

Buste + ier → bustier (N+^).

Интересным примером билингвального словообразования является эймоним «socquette» n. f. - chaussette arrivant au-dessus de la cheville- короткие носки, носочки. Эймоним был образован в 1930 году от английского заимствования «sock» (носок) и уменьшительного французского суффикса «ette»:

Sock + ette → socquette (N+^).

Эймоним «Chaussette» n. f. - vêtement de maille qui couvre le pied et le bas de la jambe- носок, был образован от имени существительного «chausse»f- штаны, шаровары при помощи словообразовательного форманта уменьшительного суффикса женского рода «ette»:

Chausse + ette → chaussette (N+^).

Менее многочисленными являются эймонимы, производящей основой которых являются глаголы. В частности, эймоним «collant», n.,m.: sous

vêtement féminin qui unit bas et culotte – колготки, женская одежда, которая

объединяет чулки и трусики, образовался в языке в XVI веке от основы

глагола «coller» – клеить, приклеивать, при помощи продуктивного словообразующего суффикса «ant»:

coller + ant → collant (V+ant)

Суффикс «ant» придает какое-то определенное качество предмету, состояние, указывает на его склонность к тому или иному свойству. Так,

«collant» – дословно означает «приклеенный», что свидетельствует об идеальной посадке колготок по ноге, ощущении естественности при носке.

Эймоним «débardeur» n. – tricot court, collant, sans col ni manches et très échancré, porté à même la peau – тельник без рукавов с глубоким вырезом; дебардёр, топ – представляет интерес с точки зрения образования и функционирования в языке. Эймоним был образован от глагола *débarder* (выгружать на берег) в 1528 году и реализовался в речи в первом семантическом значении: «Грузчик»:

1. *Personne qui décharge (et charge) un navire, une voiture*

В 1845 году эймоним приобретает второе лексическое значение: облегающая нательная майка, топ, - по аналогии с одеждой грузчиков:

2. *costume de débardeur*

Однако данный элемент одежды быстро вышел из моды, а лексическая единица забыта в языке более чем на столетие, и только в 1970 году рассматриваемый эймоним вернулся в мир моды в современном представленном выше значении. Также данный пример интересен полевым переходом лексики: из микрополя «Мужская одежда» в микрополе «Женская одежда». В настоящий момент эймоним *débardeur* относится к одежде категории унисекс.

Словообразовательная модель выражается в схеме: *débardeur* + eur → *débardeur* (V+eur). Словообразующий формант несет значение агента действия (что реализовано в первом лексическом значении) и предмета (второе лексическое значение).

Рассмотрев примеры суффиксального словообразования эймонимов микрополя «Женская и мужская одежда» можно сделать следующие выводы:

- В микрополе «Женская и мужская одежда» аффиксация сужается до рамок суффиксации. Нами не было выявлено примеров префиксального или парасинтетического словообразования;

Наиболее продуктивными производящими основами являются имена существительные и глаголы. Эймонимов, образованных от других частей речи в микрополе «Женская и мужская одежда» выявлено не было;

- К наиболее продуктивным суффиксам французского языка в рамках микрополя «Женская и мужская одежда» можно отнести следующие словообразовательные форманты: «*ier*», «*otte*», «*ette*» (словообразование по модели $N^{+^{\wedge}}$), а также «*ant*», «*oir*», «*eur*» (словообразование по модели $V^{+^{\wedge}}$), при этом суффиксы обладают функцией гендерного маркера эймонимов и указывают на грамматический род образованных лексических единиц;

- К одной из выраженных и все более частотных тенденций французского словообразования относится билингвальное словообразование, при котором заимствование (в большинстве случаев англицизм) взаимодействует с французским суффиксом, образуя новый эймоним;

- С точки зрения диахронии можно проследить тенденцию к ослаблению частотности словообразования эймонимов при помощи аффиксов ко второй половине XX века, при достаточно регулярной их встречаемости на протяжении всего рассматриваемого временного отрезка.

3.4.3. *Словосложение*

Еще одним продуктивным словообразовательным процессом, результатом которого является образование эймонимов во французском языке, является словосложение. Несмотря на разнородность мнений ученых и разноплановый подход к изучению проблемы сложных слов, в рамках данной работы было выбрано использование классификации сложных слов, данное французским лингвистом Мишель Матье-Колас (Michel Mathieu-Colas), которая выделяет более 700 видов сложных слов. Однако в нашей работе мы будем основываться на 17 основных базовых типов номинального словосложения:

1. *Emprunts* (Заимствования): *casus belli*, *prima donna*

2. Onomatopées (Звукоподражания): tic-tac, gri-gri
3. Lettres, abréviations, sigles (Буквы, аббревиации, сокращения (сигли): a b c, b.a-ba
4. Composés sur particules (Сложные слова, основанные на частицах): demi-litre, sous-marin
5. Composés sur cardinaux (сложные слова, основанные на количественных числительных): trente et un, deux-roues
6. Composés sur thèmes savants (Сложные слова, основанные на научных темах): oligo-élément, surdimulté
7. Composés sur verbes (Сложные слова, основанные на глаголах): tire-bouchon, couche-tard
8. Composés sur adjectifs (Сложные слова, основанные на прилагательных): Claire-obscur, chaud et froid
9. Composés adj+nom (Сложные слова типа Прил+Сущ): faux sens
10. Сложные слова типа Сущ+Прил: table ronde, cordon-bleu
11. Сложные слова типа Сущ+Сущ: poche revolver, café-tabac
12. Сложные слова типа Сущ+предлог (de)+X: pomme de terre, mot de passe
13. Сложные слова типа Сущ+предлог (à)+X: machine à laver, poste à essence
14. Сложные слова типа Сущ+предлог (en)+X: mise en scène, arc-en-ciel
15. Сложное слово типа Сущ+предлог+X: service après-vente
16. Сложное слово типа Сущ+X: voix off, traction avant
17. Сложное слово, основанное на фразе: on-dit, qu'en-dira-t-on

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

9. Expansions de A+N: bon vieux temps
10. Expansions de N+A: produit national brut
11. Expansions de N+N: jambon assiette beurre

12. Expansions de N+de+N: offre publique d'achat
13. Expansions de N+à+N: film à grand spectacle
14. Expansions de N+en+N: requête en suspicion légitime
15. Expansions de N+Prép+N: acte sous seing privé
16. Expansions diverses: non-assistance à personne en danger

В рамках исследования в результате анализа вокабуляра микрополя «Женская одежда» было выявлено 9 основных типов образования сложных слов. Было установлено, что наибольшее количество эймонимов образовано по типу N+N:

Robe tube
 Robe broadcloth
 Robe chemisier
 Robe chemise
 Pantalon legging
 Pantalon sweat
 Pantalon relax
 Chemise oxford
 Bratop
 Jupe crayon
 Legging jean
 Bermuda chino
 Veste cardigan
 Cardigan étole
 Debardeur bratop
 Caraco bratop и т.д.

Таким образом, образование типа Сущ+Сущ является наиболее продуктивным в рамках данного микрополя. При этом следует подчеркнуть стремление к образованию билингвальных эймонимов, состоящих из французских и английских существительных (Robe broadcloth, Pantalon relax, chemise casual). Доля таких сложных слов довольно велика (порядка

30%), что подчеркивает существенное влияние английского языка на формирование французских эймонимов.

Словообразование эймонимов по типу Сущ+Прил также является довольно продуктивным:

Parka pliable

Parka zippé

Parka transportable

Tunique légère

Robe évasée

T-shirt dry

Polo washed

Jean skinny

Débardeur mesh

Jupe évasée и т.д.

Как видно из примеров, сложные слова образованы как из только французских существительных и прилагательных, так и на базе заимствованной лексики (Débardeur mesh, Polo washed), что еще раз подчеркивает стремление системы французского языка к образованию билингвальных элементов.

Еще одним продуктивным типом образования сложных слов является тип Сущ+предлог+Сущ, при этом основными предлогами явились en, de, à:

Robe en crayon

Chemise en chambray

Shorty en dentelle

Blouse en soie

Chemise en lin

При этом предлог en указывает на форму предмета (Robe en crayon) или материал, из которого изготовлена та или иная вещь (Blouse en soie).

Pantacourt d'intérieur

Fond de robe

Short d'intérieur

Veste de tailleur

Pantalon d'intérieur

Предлог de в данном случае реализует значение отнесенности, принадлежности, указывая, для чего служит та или иная вещь (Pantacourt d'intérieur).

Short à plis

Pull à capuche

Предлог à в данных примерах служит для указания на особенность кроя предмета одежды, наличие воротника (Pull à capuche) или складок (Short à plis).

Также среди типов словосложения, формирующих вокабуляр рассматриваемого микрополя, можно выделить такие как:

Composés sur particules (Сложные слова, основанные на частицах):

Mini-jupe

Mini-short

Composés sur verbes (Сложные слова, основанные на глаголах):

Soutien-gorge m. (бюстгальтер, лифчик)- в основе данного эймонима лежит глагол «soutenir»- держать, поддерживать и имя существительное «gorge»- женская грудь.

Onomatopées (Звукоподражания):

Doudoune n. f. (пуховик) – данный эймоним получил свое рождение в 1969 году вероятнее всего от детской редупликации прилагательного «doux»- мягкий, нежный, легкий.

И, наконец, довольно многочисленный пласт сложных эймонимов был образован при помощи так называемых «**Expansions diverses**» (расширенные сложные слова):

Pantalon 7/8^{ème} stretch

Pantalon chino vintage

Pantalon chino évasé
Pantalon chino en lin melangé
Cardigan col rond
Cardigan col V
Soutien-gorge sans armature
Robe courte en coton modal и т.д.

Данная группа сложных слов представляется малоизученной ввиду индивидуальности образования каждого конкретного сложного слова. Как видно из примеров, в основном, это слова, состоящие из трех элементов, чаще всего представленных именами существительными и прилагательными с предлогами и без. Однако замена или отсутствие какого-то одного элемента такого сложного преобразует его семантическое значение, именно поэтому данные лексические единицы нельзя разделять и изучать поэлементно. Обилие сложных эймонимов данного типа может быть объяснено стремлением к детальному описанию одежды, указанию на особенности ее кроя, цвета, отделки, разграничения моделей одного и тоже же класса: *Pantalon chino vintage*

Pantalon chino évasé.

Таким образом, сложные эймонимы микрополя «Женская и мужская одежда» имеют два доминирующих типа словообразования: **N+N** и «**Expansions diverses**», наряду с которыми довольно продуктивными представляются такие типы как:

N+Adj

N+Prép(en, de, à)+N

Composés sur particules

Composés sur verbes

Onomatopées.

Одной из самых ярко выраженных тенденций является наличие в структуре сложного слова англоязычного компонента, таким образом,

подтверждается общее стремление системы французского языка к образованию билингвальных эймонимов.

3.4.4. Конверсия

В рамках микрополя «Женская и мужская одежда» в процессе исследования было выявлено сравнительно небольшое количество эймонимов, образованных при помощи конверсии (5% от общего количества эймонимов).

Эймоним «*cravate*» *f.* – галстук (1651, «*bande de linge que les cavaliers croates portaient autour du cou*»; *forme francisée de Croatie (XVII^e). Bande d'étoffe, généralement étroite et longue, que les hommes nouent autour de leur cou. (PR)*) появился во французском языке при помощи конверсии и фонетического изменения прилагательного «*croate*» – хорватский. В XVII веке хорватские рыцари носили вокруг шеи полосы из ткани в качестве украшений. Позже подобную деталь гардероба стали называть «*croate*» – хорватский, по национальной принадлежности носившего ее народа. В результате фонетического офранцузивания прилагательное «*croate*» стало звучать как «*cravate*» и перешло в разряд имен существительных:

Croate, adj., 1651 → cravate, n., (XVII^e) (под влиянием фонетических процессов французского языка).

В 1945 году в языке появился эймоним «*saharienne*» *n. f.*: *veste de toile ceinturée, à manches courtes et poches plaquées, inspirée de l'uniforme militaire – пиджак с поясом, короткими рукавами и накладными карманами, на манер военной униформы. Данный эймоним появился в языке в результате перехода имени прилагательного в форме единственного числа женского рода «*saharienne*» – сахарский, в разряд имен существительных женского рода. Обратим внимание, что данный эймоним является топонимом, так как обязан своим названием пустыне Сахара (Sahara). Пиджак, пришедший и в женский гардероб, был типичной униформой для военных в Африке.*

veste saharienne adj., f. → saharienne, n., f.

Эймоним «innocent» n., m. - robe sans ceinture - платье без пояса, появился в вокабуляре микрополя «Женская одежда» в конце XX века. Эймоним основан на скрытом сравнении платья с невинной девушкой, так как платье не облегает фигуру, и не подчеркивает красоту женских форм. Эймоним образован в результате перехода имени прилагательного мужского рода «innocent» - невинный, в имя существительное мужского рода с изменением семантического и грамматического значения:

Innocent adj., m → innocent n., m.

Наряду с описанными выше случаями можно привести следующие примеры образования эймонимов путем конверсии в микрополе «Женская и мужская одежда»:

От прилагательного женского рода «polonaise», польская, было образовано существительное женского рода «polonaise» - платье с вырезом на спине:

polonaise → polonaise(f) (платье с вырезом на спине).

Глагол «déshabiller» - раздеваться, явился производящей основой для имени существительного «déshabillé» n., m: tenue légère que l'on porte chez soi dans l'intimité. Vêtement féminin d'étoffe légère, plus luxueux que le peignoir ou la robe de chambre – легкая одежда, которую носят дома в интимной обстановке. Женская одежда из легкой ткани, более роскошная, чем пеньюар или халат.

Déshabiller → déshabillé n., m.

Аналогично предыдущему примеру в 1922 году глагол «décolleter» - декольтировать, обнажать шею, плечи; делать глубокий вырез (в платье) дал новое производное «décolleté» (m): échancre d'un vêtement féminin par où passe la tête, dégageant le cou et une partie de la gorge, du dos- декольте.

décolleter → décolleté n.,m

Следуя логике исследования, можно сделать промежуточный вывод о том, что в микрополе «Женская и мужская одежда» в роли производящей основы для образования эймонимов выступают чаще всего имена

прилагательные и глаголы I группы. В рамках данного исследования также представляется обоснованным указать на диахронически равномерное обращение словообразовательной системы французского языка к конверсии.

3.4.5. Телескопия

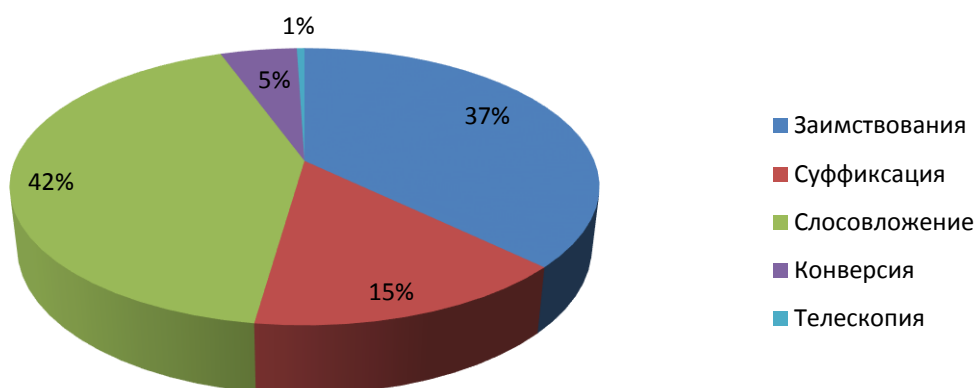
Такой сравнительно новый и привлекающий внимание способ словообразования как телескопия также встречается в рассматриваемом микрополе. Эймоним «chemisette» n. f. - chemise de nuit très courte et légère - очень легкая и короткая ночная сорочка, был образован в 1964 году путем слияния слова nuit (ночь) и усеченного композита от слова «chemisette» (рубашка):

Nuit + chemisette → nuisette n. f.

Данный пример демонстрирует характеристику предмета одежды, выраженную главным словом «chemisette» n., f. через целевое предназначение этого предмета: ночь=сон, т.е. «рубашка для сна».

Таким образом, в микрополе «Женская и мужская одежда» находят свое отражение такие типы словообразования, как суффиксация, словосложение, конверсия и телескопия. Неизменным донором эймонимов остается такой способ обогащения вокабуляра, как заимствования, происходящие, преимущественно, из английского языка. Схематично распределение процентного соотношения способов словообразования в рамках изучаемого микрополя можно представить в следующей диаграмме:

Способы пополнения микрополей "Женская и мужская одежда"



Таким образом, на основании изучения способов словообразования эймонимов в микрополе «Женская одежда», можно сделать следующие выводы:

- наиболее продуктивными способами пополнения лексического состава изучаемого микрополя являются заимствование, словосложение, аффиксация (суффиксация), конверсия и телескопия;
- основным языком-донором, обогащающим микрополе «Женская одежда» лингвокультурного поля «Мода», является английский;
- можно констатировать стремление системы языка к образованию билингвальных эймонимов;
- заимствованная лексика обширно представлена в ядре микрополя «Женская одежда», однако периферия микрополя в незначительной степени затронута проникновением иноязычных лексических единиц;
- часть недавно заимствованной лексики активно представлена на сайтах магазинов женской одежды, однако еще не зарегистрирована во французских словарях, и, как следствие, не получила в языке артикля женского или мужского рода;

- одной из тенденций современного французского языка является активное взаимодействие с заимствованиями и образование сложных билингвальных слов и словосочетаний.

- В микрополе «Женская одежда» аффиксация сужается до рамок суффиксации. Наиболее продуктивными производящими основами являются имена существительные и глаголы;

- К наиболее продуктивным суффиксам французского языка в рамках микрополя «Женская одежда» можно отнести следующие словообразовательные форманты: «ier», «otte», «ette» (словообразование по модели $N+^{\wedge}$), а также «ant», «oir», «eur» (словообразование по модели $V+^{\wedge}$), при этом суффиксы обладают функцией гендерного маркера эймонимов и указывают на грамматический род образованных лексических единиц;

- К одной из выраженных и все более частотных тенденций французского словообразования относится билингвальное словообразование, при котором заимствование (в большинстве случаев англицизм) взаимодействует с французским суффиксом, образуя новый эймоним;

- С точки зрения диахронии можно проследить тенденцию к ослаблению частотности словообразования эймонимов при помощи аффиксов ко второй половине XX века, при достаточно регулярной их встречаемости на протяжении всего рассматриваемого временного отрезка.

- Сложные эймонимы микрополя «Женская одежда» имеют два доминирующих типа словообразования: $N+N$ и «Expansions diverses», наряду с которыми довольно продуктивными представляются такие типы как: $N+Adj$; $N+Prép$ (en, de, à)+ N ; Composés sur particules; Composés sur verbes; Onomatopées.

- Эймонимы микрополя «Женская одежда» характеризуются наличием гипонимов.

3.5. Особенности микрополя «Детская одежда» во французском языке

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». В целом эймонимы, обозначающие одежду для детей от 2 до 16 лет, идентичны эймонимам таких микрополей как «Одежда унисекс», «Мужская одежда», «Женская одежда», которые будут рассмотрены в микрополе «Женская и мужская одежда». Особый интерес в данном случае представляют эймонимы, обозначающие одежду для новорожденных, как уникальные лексические единицы, встречающиеся только в рассматриваемом микрополе. Данные эймонимы могут быть подразделены на несколько категорий в зависимости от способа словообразования. Отметим сразу, что способы пополнения лексического состава микрополя «Детская одежда», только подтверждают общую динамику словообразования в английском и французском языках.

Так, во французском языке самой большой группой являются эймонимы микрополя «Детская одежда», образованные при помощи словосложения, за ними следуют эймонимы, образованные при помощи аффиксации и конверсии. Последовательно рассмотрим некоторые примеры образования эймонимов микрополя «Детская одежда» во французском языке.

Наиболее многочисленными явились сложные слова, основанные на имени существительном с предлогом, соответствующие таким моделям как:

Сущ+предлог (de)+X:

Cape de bain - накидка после купания;

Combinason de nuit - спальный комбинезон;

Nid d'ange- vêtement qui ressemble à un sac généralement muni de manches et d'une capuche- конверт, похожий на сумку с рукавами и капюшоном. Данный эймоним интересен с точки зрения семантического

значения, поскольку построен на метафоре: в дословном переводе «*Nid d'ange*»- ангельское гнездо. Сравнение конверта, в котором переносят ребенка, с гнездом ангела подчеркивает нежное и трепетное отношение к новорожденному, ребенок - это чудо, подобное ангелу, спустившемуся с небес.

Tenue d'exercice- спортивная форма;

Сложные слова типа Сущ+предлог (à)+X:

Salopette à dos montant- комбинезон с закрытой спиной;

Salopette à bretelles croisées- комбинезон с перекрещивающимися лямками;

Bébé à quatre pattes- пинетки; в данном случае появление эймонима обязано сравнением малыша, которому предназначены пинетки, со зверьком, передвигающимся на четырех лапках, так, «*Bébé à quatre pattes*»- ребенок на четырех лапах. Данная метафора подчеркивает возраст ребенка, для которого предназначен данный предмет одежды.

Culotte à ruches- трусики с рюшами;

Сложные слова типа Сущ+Сущ:

Kit naissance- набор для новорожденного;

Collant fantaisie- нарядные колготки;

Couche-culotte-подгузник-штанишки;

Combi-pilote- комбинезон для прогулок с капюшоном;

К данной категории сложных слов относятся эймонимы, представляющие собой два стоящих рядом имени существительных, лишенных формально выраженных связей, а также эймонимы, связь между структурными компонентами которых графически выражается при помощи дефиса.

Composés sur verbes (Сложные слова, основанные на глаголах):

Dors-bien- пижама. В данном случае эймоним был образован как следствие словосложения глагола «*dormir*» (спать) во 2 лице единственного числа повелительного наклонения «*dors*» (спи) и наречия «*bien*» (хорошо).

Иными словами, значение предмета одежды, пижамы, несет собой пожелание доброй и спокойной ночи.

Onomatopées (Звукоподражания):

Интересным примером является эймоним «doudoune», n. f.- veste en duvet, légère et chaude- куртка на пуху, легкая и теплая. Данный эймоним появился в 1969 году как следствие удвоения прилагательного «doux»(мягкий, нежный) в детской речи. Таким образом, в основе словообразования данной лексической единицы лежит звукоподражание. Эймоним приобрел грамматическую категорию женского рода, вероятно, ввиду наличия суффикса «е». Следует сказать, что в настоящее время «doudoune», пуховик, является одеждой не только для детей, но и для мужчин и женщин, однако представляется справедливым рассмотреть ее именно в рамках данного микрополя, поскольку она была изначально создана для детей, и название зародилось именно на основе имитации детской речи.

При этом подчеркнем, что доминирующими во французском языке являются сложные эймонимы, связанные предлогами «de» и «à», что может объясняться стремлением к конкретизации и детализации при номинации предметов одежды.

Наряду со словосложением суффиксальный способ словообразования эймонимов микрополя «Детская одежда» во французском языке также является довольно продуктивным.

В XVIII (1717 год) веке во французском языке появился эймоним «bavoir»,n. m. - Pièce de lingerie qui protège la poitrine des bébés- слюнявчик. Эймоним образован при помощи суффикса «oir» от глагола «baver»- пускать слюну:

$V + ^\wedge \rightarrow N$ (Baver+ oir $\rightarrow$ bavoir)

Эймоним «brassière», n. f. – детская распашонка, появился в XIII веке от существительного «bras»- рука, однако имел на протяжении пяти столетий иное значение: chemise de femme très ajustée- узкая короткая

женская рубаша. Однако в 1843 значение эймонима изменилось и термин «brassière» стал функционировать в языке в значении: «Petite chemise de bébé, courte, à manches longues, en toile fine ou en laine, qui se ferme dans le dos»- рубашка для новорожденного с короткими рукавами, из тонкой ткани или из шерсти, застегивающаяся на спине; распашонка. Данная словообразовательная модель может быть представлена следующим образом:

$N+^{\wedge} \rightarrow N$ (bras+ière $\rightarrow$ brassière)

Эймоним «grenouillère», n. f. - Combinaison pour bébé, en tissu extensible, avec bras, jambes et chaussons- ползунки, комбинезон для младенца из эластичного материала с вязаными башмачками, пополнил лексический состав микрополя «Детская одежда» в 1966 году и получил свое название за аналогию своей формы с формой тела лягушки. (L'Écho de la mode, 30 oct., 1966, p. 51) (<http://www.cnrtl.fr/definition/Gr%C3%A9nouill%C3%A8re>).

Слово «grenouillère» и ранее существовало в языке в значении «лягушачье болото, лягушатник», однако в результате семантической эволюции данный термин приобрел новое лексическое значение. Словообразовательная модель является аналогичной предыдущим примерам, производящей основой нового эймонима служит имя существительное:

$N+^{\wedge} \rightarrow N$ (grenouille+ère $\rightarrow$ grenouillère)

Еще один эймоним микрополя «Детская одежда» представляет интерес тем, что пока еще не зафиксирован словарями французского языка и фигурирует только на сайтах он-лайн магазинов одежды и на страницах журналов моды. Эймоним «Dormeuse», n.f.- пижама, вероятно, образовался от глагола «dormir»- «спать», поскольку пижама как раз и предназначена для сна. Примечательно, что слово «dormeuse» зафиксировано в словаре четырех разных значениях, однако значение «пижама» еще официально не закреплено:

1. Personne en train de dormir- спящий человек;
2. Personne qui dort beaucoup, aime à dormir- соня, человек, который любит спать и много спит;
3. Tourteau (à cause de son immobilité)-краб (из-за его неподвижности);
4. Boucle d'oreille dont la perle ou la pierre, montée sur pivot, se fixe au lobe de l'oreille- серьга на винте.

Таким образом, словообразовательная модель в данном случае графически выражается как:

$V+^{\wedge} \rightarrow N$ (dormir+euse $\rightarrow$ dormeuse)

Также феномен данного эймонима заключается в том, что, еще не будучи закрепленным в словаре, он уже явился гиперонимом по отношению к таким сложным словам как:

Dormeuse de croissance- vêtement de nuit dont la grandeur est ajustable-
ночная одежда с регулируемым размером.
(<http://lestrouvaillesdestoutpetits.ca/boutique/dormeuse-electrik-kidz-croissance>)

Dormeuse-couverture - vêtement de nuit - пижама.
(http://www.infovisual.info/06/039_fr.html)

Эймоним «Barbotteuse»- vêtement sans manches comportant une culotte et d'un corsage- одежда без рукавов, состоящая из штанишек и кофточки, также еще не зафиксирован словарями, однако широко используется в интернет-магазинах, журналах мод и в он-лайн визуальных словарях (www.infovisual.info/06/039_fr.html). Вероятно, эймоним берет свое происхождение от глагола «barboter»- барахтаться, плескаться, поскольку данная одежда предназначена для детей именно такого возраста, в котором их движения как раз и напоминают барахтанье в воде. Словообразовательная модель в данном случае строится на производящей глагольной основе:

$V+^{\wedge} \rightarrow N$ (barboter+euse $\rightarrow$ barbotteuse)

Продуктивный суффикс женского рода «euse» образует производное слово- имя существительное.

Еще один эймоним, образованный от глагола при помощи продуктивного суффикса женского рода «euse»- «Gigoteuse»- детский комбинезончик-спальник. Примечательно, что в толковых словарях французского языка данный эймоним еще не встречается, однако словари-переводчики уже дают определение «детский комбинезончик-спальник». Наибольшее распространение данный эймоним имеет в Интернете на сайтах он-лайн магазинов детской одежды. Эймоним «gigoteuse» имеет в качестве производящей основы глагол «gigoter»- брыкаться, дрыгать, болтать ногами, поскольку данный вид одежды позволяет малышам свободно двигаться во время нахождения в кроватке. Словообразовательная модель в данном случае выражается в виде схемы:

$V + ^\wedge \rightarrow N$ (gigoter+euse $\rightarrow$ gigoteuse)

Таким образом, можно сделать вывод о том, что эймонимы микрополя «Женская одежда», образованные при помощи суффиксального способа словообразования, имеют в качестве самых продуктивных производящих основ имена существительные и глаголы, при этом наиболее продуктивными суффиксами можно назвать

- oir (слова, оформленные суффиксом «oir» относятся к семантическому разряду *nomina instrumenti* (Халифман, 1983: 47). В конкретном примере с эймонимом «bavoir»-слюнявчик, и является инструментом, помогающем ребенку питаться).

- ère ière (значение предмета или его вместилища)

- euse (значение лица или орудия, выполняющего действие)

Встречаются в микрополе «Детская одежда» также эймонимы, образованные путем конверсии. Так, эймоним «Esquimaux», п.м.- вязанный комбинезон для малышей, образовался в языке путем перехода имени прилагательного в имя существительное:

esquimaux, adj.,m $\rightarrow$ esquimaux, n.,m.

Данный предмет детской одежды получил свое название «Esquimaux» за сходство детского комбинезона с одеждой эскимосов.

Таким образом, анализ эймонимов микрополя «Детская одежда» позволяет сделать следующие выводы:

Доминирующим способом словообразования в рамках данного микрополя является словосложение, за которым следуют суффиксация и конверсия. Несомненно, велико количество заимствованных эймонимов, особенно из английского языка, однако данные эймонимы рассматриваются в микрополе «Женская и мужская одежда», так как они принадлежат категории одежды для детей от 2 до 16 лет и дублируют названия одежды для взрослых. В процентном соотношении распределение способов пополнения вокабуляра внутри микрополя «Детская одежда» во французском языке можно выразить следующим образом:



Эймонимы микрополя «Детская одежда» склонны к образованию ряда гипонимов. Впрочем, стремление к гипонимии является типичным для составляющих ЛСП «Мода».

Большинство эймонимов микрополя «Детская одежда» появились в языке в середине или конце XX века и еще не успели войти в толковые словари французского языка, однако прочно утвердились в вокабуляре, обслуживающем сайты он-лайн магазинов одежды и журналы мод. Большинство названий предметов детской одежды появилось на основе метафорического переноса значения.

Наряду с вышесказанным, для эймонимов рассматриваемого микрополя характерно нетипичное доминирование имен существительных женского рода, что проявляется в частой встречаемости таких продуктивных суффиксов французского языка как «euse», «е» и т.д.

Микрополе «Детская одежда» занимает особое место в структуре ЛСП «Мода» ввиду уникальности словообразовательных процессов и семантики некоторых составляющих его эймонимов с одной стороны, и структурной и семантической идентичности с эймонимами таких полей как «Женская и мужская одежда», с другой.

3.6. Структура микрополей «Женская и мужская одежда» на английской версии сайта «Uniqlo»

Микрополе «Женская и мужская одежда» насчитывает около 800 наименований лексических единиц (813 на момент исследования). Являясь практичными людьми, англичане предпочитают иметь в гардеробе базовые вещи, идеально сочетающиеся между собой и подходящие к любому случаю, в то время как французы склонны иметь несколько разновидностей одной и той же вещи, экспериментировать с кроем, фасоном, формами. Это различие обусловлено индивидуальными чертами национального характера (Тер-Минасова, 2000; Агузарова, 2011). Англичане подходят к одежде как средству достижения цели, для француза одежда - отражение личности. А, как известно, личность человека многогранна и разнопланова, именно поэтому большое количество разной одежды помогает самовыражению, отражая настроение, характер, внутренний мир человека.

Представленная на английской версии сайта женская одежда марки «Uniqlo» характеризуется универсальностью и охватывает гардероб для четырех сезонов года. Следует отметить, что ЛСП «Мода» состоит из ядра, которое формируют эймонимы, именующие предметы одежды, и периферии, состоящей из лексических единиц, служащих для описания и различения моделей одежды, называемых в данном исследовании дескрипторами (от латинского descriptor – описывающий). В частности, к таким дескрипторам относятся слова, номинирующие длину рукава, материал изделия, тип воротничка и т.д.:

Таблица 5. Дифференциальные семы ЛСП «Мода» в английском языке

Тип ткани	Длина рукава	Тип воротничка	Длина изделия
Jersey	Short sleeve	V neck	Long
Stretch	Long sleeve	Round neck	Short
Cashmere	3/4 sleeve	Turtle neck	Mini
Merino/ extra fine merino	Sleeveless	Crew neck	Ankle lenght
Linen	Half sleeve	Polo neck	Micro
Denim		Flare U neck	Half
Flannel		Stand collar	
Silk		Boat neck	
Chiffon		Henley neck	
Rayon		Scoop neck	
Modal			
Cotton modal			
Premium linen			
Supima cotton stretch			
Extra fine cotton lawn			
Chino			

Ultra stretch			
Stretch jersey			
Wool			
Satin			
Sinthetic			
Drape			
Ponte			

Аналогично французскому языку, лексические единицы, представленные в таблице, формируют периферию микрополя «Женская и мужская одежда» и с грамматической точки зрения представляют собой различные части речи:

Качественные прилагательные: Long (длинный), Short (короткий), High (высокий);

Имена существительные: Denim (деним), Stretch (стрейч);

Словосочетания типа «имя прилагательное + имя существительное»:

Long sleeve (длинный рукав);

Встречаются сложные слова, основанные на частицах и именах существительных: Ultra-stretch (ультра-стрейч).

С точки зрения соотношения исконного языка и заимствований в лексике периферии микрополя «Женская и мужская одежда» можно констатировать наличие заимствованной в основном из французского языка:

Chiffon, Rayon, Cotton, Satin, Drape.

Отметим, что данные заимствования относятся к XVIII-XIX векам, проникновения французских эймонимов в XX-XXI веках практически не было. Данный факт, нашедший проявление в периферии ЛКП «Мода» подтверждает общую тенденцию развития и функционирования английского языка: мировую экспансию и минимализм в заимствовании иноязычной лексики.

Как было сказано выше, ядро ЛКП «Мода» в английском языке представлено существенным лексическим пластом. Рассмотрим способы пополнения вокабуляра эймонимов, формирующих ядерную сему рассматриваемого лексико-семантического поля.

3.7. Способы пополнения словарного состава ЛСП «Мода» в английском языке

3.7.1. Заимствование

Неотъемлемым элементом лексического состава любого языка являются заимствованные слова, проникающие в исконный язык ввиду социально-экономических, политических, культурно-исторических причин, а также зачастую как следствие дани моде. Обширные связи между Великобританией и Францией, сложившиеся испокон веков в результате территориального соседства, а также господство Франции на протяжении нескольких веков на подиуме мировой моды, объясняют проникновение французских эймонимов в английскую модную лексику. Тем не менее, стоит подчеркнуть, что в результате исследования, было выявлено, что обогащение английского языка иноязычными эймонимами происходило преимущественно в XVI-XIX веках. На современном этапе (XX-XXI века) в ЛСП «Мода» заимствование иноязычных элементов практически не происходит. Также стоит отметить тот факт, что заимствованные английским языком единицы представляют небольшой пласт от общего числа эймонимов. На основании чего стоит сделать вывод об относительной самодостаточности словообразовательной системы английского языка, а также о национальной вестиментарной автономии и лаконичности.

Рассмотрим эймонимы, пополнившие английский вариант ЛСП «Мода» в логике диахронного исследования.

В раннем Средневековье (XIV-XV века) из старонорвежского языка был заимствован эймоним «skirt»- lower part of a woman's dress. Вероятнее

всего, заимствование произошло ввиду отсутствия в английском языке слова для обозначения нижней части женского платья.

В Средние века в английский язык из французского проник эймоним «jacket» (n.) - short garment for men. – куртка. Такое название эймониму дала уменьшительная форма национального французского имени Жак, типичного для крестьян и простого люда, так как изначально именно представители этого сословия носили такую одежду. Имя Жак явилось собирательным для названия целого класса общества. Подчеркнем тот факт, что в том же веке эймоним расширил свое значение и стал обозначать и женскую одежду.

В середине XV века из французского языка проник эймоним «jean»-twilled cotton cloth. Данное заимствование относится к топонимам, т.к. название восходит корнями к названию итальянского города Genoa- the city in Italy, from Old French Jannes "Genoa. Немаловажным является тот факт, что привычное употребление формы множественного числа jeans стало общеупотребимым лишь в XIX веке.

Эймоним vest – the sleeveless garment worn by men beneath the coat – жилет, безрукавка был заимствован из французского языка в XVII веке. Данный предмет одежды был внедрен Королем Карлом II, декадентом французской моды. Изначально эймоним «vest» обозначал предмет мужского костюма, однако с течением времени перешел в категорию «Одежда унисекс» и успешно употребляется для обозначения предмета одежды женского гардероба.

В 1780 году в английский язык из алеутского или русского языка проник эймоним parka- a pelt or jacket made from pelt. В современном значении парка представляет собой длинную тёплую куртку, как правило, с капюшоном, не обязательно из шкуры или меха.

В вокабуляре микрополя «Женская и мужская одежда» также присутствует французский эймоним «blouson» - Veste courte et ample, resserrée aux hanches / A short loose-fitting jacket, typically bloused and

finishing at the waist, обозначающий короткую и свободную блузку, сужающуюся на бедрах. Данный эймоним не зафиксирован официально этимологическими словарями, однако его появление в языке моды датируется 1897 годом, и эймоним активно употребляется на изучаемом сайте одежды.

В 1816 году вокабуляр данного микрополя пополнился эймонимом *camisole - shirt* (рубашка), заимствованным из французского языка. Эймоним успешно именуется как предмет мужской, так и женской одежды.

В 1828 году из французского языка был заимствован эймоним «*blouse*» - *workman's or peasant's smock*. Историки моды отмечают, что данная одежда выглядела неопрятно и неуклюже для англичан, однако, вероятно, ввиду сильного в то время французского влияния на европейское общество, все-таки стала неотъемлемым предметом женского гардероба, покинув «Мужскую одежду».

Интересна судьба эймонима «*bikini*» - *low-waisted two-piece women's bathing suit*, пополнившего вокабуляр данного микрополя в 1948 году. Эймоним относят к заимствованиям из французского языка, и по одной из версий он обязан своим происхождением остроумию французов. В 1947 году на острове Бикини (США) было произведено испытание бомбы. Появление такого типа купальника французы сравнили с эффектом от разрыва бомбы, настолько шокирующим и откровенным он казался:

Bikini, ce mot cinglant comme l'explosion même ... correspondant au niveau du vêtement de plage à un anéantissement de la surface vêtue; à une minimisation extrême de la pudeur [DC] (Бикини, это слово прозвучало как взрыв бомбы...бикини хоть и считается пляжной одеждой, но фактически констатирует ее отсутствие; категорическое снижение целомудрия).

Таким образом, анализ заимствованной лексики микрополя «Женская и мужская одежда» позволяет сделать следующие выводы:

- Заимствованная лексика обширно представлена в ядре микрополя «Женская и мужская одежда», однако периферия микрополя в

незначительной степени затронута проникновением иноязычных лексических единиц;

- Основным языком-донором эймонимов на протяжении всего рассматриваемого периода являлся французский, как для эймонимов ядра микрополя, так и для его периферии;

- Наибольшее количество заимствований из французского языка приходится на XVIII-XIX века, характеризующиеся расцветом французской культуры и главенствующей ролью Франции на арене европейской социально-политической жизни;

- В XX-XXI веках влияние французского языка на лексику английского резко ослабевает. Так, если в начале XX века Франция ввиду развития домов моды и зарождения профессии модельера еще являлась донором для английского модного вокабуляра, то к середине века эта тенденция ослабела, а к концу XXго - началу XXIго столетия и вовсе исчезла;

- Заимствованные эймонимы, войдя в систему языка-реципиента, активно взаимодействуют с английскими лексическими единицами, что приводит к появлению в языке большого количества новых сложных слов. Данный вывод отражает такую тенденцию английского языка как стремление к образованию билингвальных эймонимов. Одной из функций таких эймонимов можно считать привлечение внимание аудитории, постановку акцента на определенном элементе одежды.

3.7.2. Аффиксация

В результате исследования нами было выявлено небольшое количество случаев образования эймонимов в английском языке при помощи аффиксации:

Так, эймоним blazer - bright-colored jacket произошел в 1880 году от существительного blaze - яркий огонь, пламя при помощи словообразовательного суффикса er:

blaze+ er → blazer (N+^)

Происхождение эймонима обязано университетскому сленгу, т.к. студенты подметили яркие красные фланелевые жакеты, которые носила леди Маргарет Тетчер, и прозвали такой тип одежды blazer по аналогии с цветом пламени.

Эймоним legging появился в 1763 году в значении: extra outer covering to protect the leg, в современном языке данный эймоним обозначает узкие обтягивающие ногу кожаные или тканевые брюки. Производным для данного эймонима явилось имя существительное «leg» (нога):

Leg+ ing → legging (N+^)

Данный эймоним стал особенно актуальным в XX веке благодаря моде диско и ношению такого типа брюк с туниками и длинными рубашками. Отметим, что в современном языке слово употребляется во множественном числе, по аналогии с названиями других типов брюк: jeans, trousers, pants и т.д. При этом словообразующий формант «ing» может иметь значение действия, процесса, результата действия или состояния.

От английского существительного sweat (испарина, пот) при помощи словообразовательного суффикса -er в 1882 году был образован эймоним sweater - woolen vest or jersey, официально вошедший в моду в качестве предмета одежды в 1925 году. Изначально такая одежда использовалась для занятий греблей, а также для появления пота и похудения, потери веса:

Sweat + er → sweater (N+^)

Таким образом, исходя из рассмотренных примеров, можно сделать вывод о том, что в микрополе «Женская и мужская одежда» в английском языке аффиксация представлена суффиксацией. Наиболее продуктивной словообразовательной моделью является модель типа N+^, таким образом, производящей основой для английских эймонимов является имя существительное. Исходя из небольшого числа эймонимов, образованных данным способом, можно сделать вывод о его незначительной продуктивности в рамках микрополя «Женская и мужская одежда».

Несмотря на общеизвестную продуктивность аффиксации в английском языке, следует констатировать ее незначительную роль в пополнении модного вокабуляра. Данный факт может быть связан с тем, что большой пласт эймонимов был заимствован из французского языка, часть лексики, обозначающей наименования одежды, относится в исконному языку, а эймонимы, образованные на современном этапе подчинены другим более ярким и привлекающим внимание способам словообразования, таким как словосложение и аббревиация.

3.7.3. Словосложение

Словосложение является одним из самых продуктивных способов словообразования в современном английском языке в микрополе «Женская и мужская одежда». Согласно Е.С. Кубряковой, «сочетанием двух и более полнзначных единиц достигается новое наименование, конкретный смысл которого узнается по установлению отношений между сочетающимися знаками» (Кубрякова, 2010: 64). Современные лингвисты отмечают, что сложное слово может представлять собой как целое высказывание, так и цепочку высказываний: «единству структурных признаков модели не препятствует большой разброс значений у сложных слов, реализующих эту модель» (Кубрякова, 2010: 66). Именно по этой причине сложно установить определенные регулярные модели образования сложных слов. Ввиду данного факта в рамках данного исследования предлагается принять единую классификацию сложных слов, построенную на теории французского лингвиста Мишель Матье-Колас (Michel Mathieu-Colas), и основываться на 17 основных базовых типов номинального словосложения, принимая к сведению другие лексические образования, похожие на сложные слова, называемые «expansion».

В результате исследования нами было выявлено большое количество лексических единиц, образованных данным способом. Причиной тому может служить основная функция процесса словосложения: идентификация

нового предмета по его частному, индивидуальному, конкретизирующему признаку (Кубрякова, 2010). В микрополе «Женская и мужская одежда» в английском языке словосложение реализуется по нескольким основным типам.

Наиболее распространенными в микрополе «Женская и мужская одежда» являются такие типы словосложения как:

N+N- словосложение имен существительных было признано в результате исследования наиболее продуктивным способом образования эймонимов в современном английском языке:

Sweat pullover

Shirt dress

Slub dress

Moomin tunic

Check shirt

Broadcloth shirt

Tank top

Legging trousers и т.д.

Не менее частотным является словообразование эймонимов по типу Adj.+N:

Compact vest

Soft jacket

Tailored jacket

Smart shirt

Printed dress

Long dress

Designed shirt и т.д.

Отметим, что вышеназванные типы образования сложных слов являются наиболее продуктивными в английском языке, вероятно, ввиду реализации пояснительной и описательной функций, осуществляющихся за

счет композитов сложного слова: имени существительного и имени прилагательного.

Масштабное распространение получил такой тип словосложения как Expansions diverses (распространенные смешанные сложные слова), вероятно, ввиду возможности подробного описания представленной на сайте модели за счет большого количества лексических единиц, составляющих эймоним. При этом лексические единицы являются грамматически разнородными:

Zip Up long parka

Striped sweater boyfriend fit

Middle gauge pique sweater

Dry comfort pique polo shirt

Extra light wireless bra и т.д.

Довольно распространенными являются такие лексические образования как Expansion N+N:

Sweat pullover hoodie

Splash print dress

Combination tank top

Unisex sweat room shoes

А также Expansion A+N:

Light pocketable parka

Blended check skirt

Seamless boy short

В микрополе «Женская и мужская одежда» также находят отражение и такие менее продуктивные и частотные типы словообразования как словосложение, основанное на существительных, прилагательных, глаголах, словосложение, основанное на частицах, словосложение, основанное на аббревиатурах, буквах, сокращениях. Последовательно рассмотрим примеры образования эймонимов перечисленными выше типами словосложения:

В XVI веке в английском языке путем сложения основ имен существительных waist+coat был образован эймоним «waistcoat»- a close-fitting waist-length garment, typically having no sleeves or collar and buttoning down the front, worn especially by men over a shirt and under a jacket (Лингво). В данном примере представляется следующая словообразовательная модель:

$N+N \rightarrow N$

Следует подчеркнуть тот факт, что рассматриваемый эймоним принадлежит к предметам мужского гардероба.

Интересным представляется пример эймонима «innerwear» - предметы женского туалета. Данный эймоним был образован путем сложения имени прилагательного «inner» и имени существительного «wear» и представляет собой следующую модель:

$Adj+N \rightarrow N$

Однако отметим, что интерес к эймониму заключается в том, что он обозначен на сайте в разделе мужской одежды, хотя должен объединять в себе предметы женского туалета. В разделе женской одежды такой лексической единицы нет. Вероятно, предметы одежды, презентуемые в разделе «Innerwear», относятся к категории «унисекс», однако женщины чаще, чем мужчины прибегают в жизни к ношению данного вида одежды.

Эймоним pullover (adj.) был образован в 1871 году путем сложения двух основ: глагола to pull (v.) и наречия over (adv.). Изначально pullover функционировал в речи в качестве имени прилагательного, однако в 1875 году путем конверсии перешел в разряд имен существительных: pullover (adj.) $\rightarrow$ pullover (N) и получил значение: «a kind of hat cover». Начиная с 1925 года под данным эймонимом стали понимать тип свитера, который надевается путем натягивания на тело: «a type of sweater (short for pullover sweater, 1912), so called in reference to the method of putting it on» (ED).

Таким образом, схема словообразования может быть представлена следующим образом:

pull+over→pullover (adj.)

pullover (adj.)→ pullover (N)

Эймоним «miniskirt» / mini-skirt появился в языке в 1965 году от частицы mini- и имени существительного skirt (n.). Вероятнее всего данный эймоним появился в речи благодаря пословному переводу французского эймонима minijupe, введенного в обиход французским дизайнером André Courrèges, придумавшим миниюбку, в 20х годах XX века.:

mini- + skirt→ miniskirt

Таким образом, данный эймоним основан на словосложении частицы и имени существительного. Следует подчеркнуть тот факт, что, несмотря на отсутствие предмета одежды в гардеробе английских модниц, и, как следствие, отсутствие соответствующего эймонима, для пополнения языковой лакуны англичане предпочли не заимствование французского эймонима, а перевод последнего.

Получивший повсеместное распространение эймоним T-shirt - футболка, был создан в 1920 году путем объединения в одно слово двух элементов: заглавной английской буквы T и эймонима «shirt» - рубашка. Название T-shirt обязано своим появлением схожести данного предмета одежды с буквой T: 1920, in reference to the shape it makes when laid out flat. При этом английский онлайн словарь «Online Etymology dictionary» указывает на тот факт, что иногда встречающееся написание «t-shirt» не является правильным, поскольку строчная буква t не повторяет форму данного предмета одежды. Таким образом, словообразование данного эймонима происходило по следующему типу:

T (capital letter)+shirt (N)→ T-shirt (Letter+N→N)

Интересен тот факт, что на сайте интернет-магазина встречаются и такие варианты сокращения эймонима T-shirt как «Tee» и «T»:

Striped boat neck long sleeve Tee

Supima cotton crew neck ¾ sleeve T

Таким образом, можно говорить об аббревиатурной вариативности эймонимов, как одной из тенденций развития английского языка. Предположительно, такое употребление рассматриваемого эймонима имеет несколько причин:

Стремление к экономии языковых средств, лаконичности репрезентации информации, а также желание привлечь внимание к элементу одежды, сделать его более ярким и заметным среди других выложенных на сайте артикулов одежды.

В свою очередь сложный эймоним T blouse – широкая блузка, кофточка с длинными рукавами, напоминающая по крою футболку, образован из двух элементов: первого компонента сложного слова T-shirt и эймонима blouse:

T-shirt+ blouse→ T blouse – в данном примере происходит усечение основы сложного слова и к усеченному композиту присоединяется эймоним blouse.

На основании рассмотренных примеров сложных слов в английском языке в микрополе «Женская и мужская одежда», можно сделать следующий вывод:

Словосложение является доминирующим и наиболее продуктивным способом словообразования на современном этапе развития системы языка;

С целью реализации аттрактивной функции языка в современном английском языке сложные слова могут быть основаны на аббревиатурах, буквах или сокращениях;

Сложные эймонимы микрополя «Женская одежда» имеют три доминирующих типа словообразования: **N+N**, **Adj+N** и «**Expansions diversés**», наряду с которыми довольно продуктивными представляются такие типы как:

Expansions N+N

Expansions A+N

Composés sur particules (сложные слова, основанные на частицах)

Composés sur verbes (сложные слова, основанные на глаголах)

Composés sur adjectifs (сложные слова, основанные на именах прилагательных)

Composés sur noms (сложные слова, основанные на именах существительных)

Lettres, abréviations, sigles (сложные слова, основанные на буквах, аббревиатурах, сокращениях).

Отметим тот факт, что, несмотря на общую тенденцию системы языка к эргономии средств, наиболее частотными в микрополе «Женская и мужская одежда» являются эймонимы, состоящие из двух и более элементов. Возможно, данный факт может быть объяснен конкуренцией в мире моды и стремлением к более детальному описанию предмета одежды, желанием сразу заявить о достоинствах предлагаемой вещи и дать максимальную информацию о преимуществах товара. Таким образом, словообразовательные процессы ЛСП «Мода» в английском языке нарушают стереотипное представление о лаконичности как самоцели любой языковой системы.

Отметим, что в результате исследования не было выявлено эймонимов, образованных иными способами словообразования.

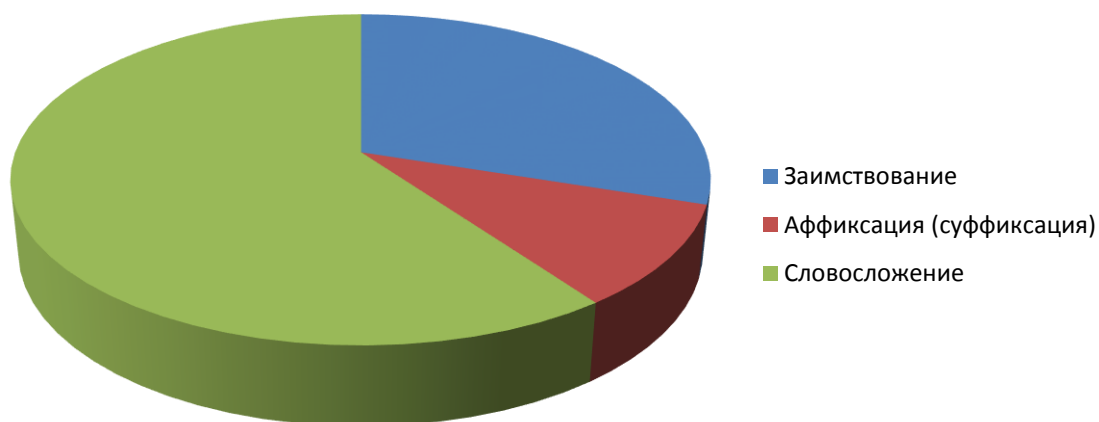
Таким образом, на основании проведенного исследования, можно констатировать наличие трех основных способов пополнения словарного состава в микрополе «Женская и мужская одежда» ЛСП «Мода» в английском языке: заимствование лексических единиц, аффиксация (представленная исключительно в виде суффиксации) и словосложение. Наиболее частотным и продуктивным является такой способ словообразования как словосложение, представленный наибольшей вариативностью моделей словообразования эймонимов. При этом максимальное количество эймонимов приходится на многоэлементные сложные слова, дающие покупателю исчерпывающую информацию о товаре.

Вторым по популярности способом пополнения состава модной лексики английского языка следует считать заимствование лексических единиц. При этом основным языком-донором эймонимов явился французский. Однако, доля заимствованной лексики в общем числе изученных в ходе исследования эймонимов не представляется существенной для того, чтобы констатировать значительное влияние французского языка и культуры на состав и функционирование вокабуляра ЛСП «Мода» в английском языке.

Менее частотным в рамках микрополя «Женская и мужская одежда» представляется такой способ словообразования, как аффиксация, реализуемая только в виде суффиксации. Вероятно, образование эймонимов при помощи суффиксов не придает им звучности и достаточной языковой привлекательности, являющейся обязательным условием в мире моды и конкуренции. Также суффиксы лишь частично конкретизируют предмет, наделяя его каким-то признаком, но не дают детального описания, не позволяют раскрыть в полной мере функции или преимущества предлагаемой вещи.

Обобщая сказанное, представим соотношение способов пополнения лексического состава ЛСП «Мода» в английском языке в нижеследующей диаграмме:

Способы пополнения ЛСП "Мода" в английском языке



3.8. Особенности микрополя «Детская одежда» в английском языке

Как и во французском языке, в английском 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. Действительно, все выявленные методом сплошной выборки эймонимы (на материале лексики он-лайн магазина «Uniqlo») образованы при помощи одного из представленных ранее типов номинального словосложения.

Рассмотрим наиболее частотные типы словосложения эймонимов микрополя «Одежда для новорожденных» в английском языке. Примечательно, что самым «популярным» эймонимом гардероба новорожденных является «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, что под ним имеется в виду предмет

одежды, объединяющий в себе два и более функциональных компонента. Данное сложное слово образовано из трех элементов: местоимение+предлог+числительное → all+in+one

Примечательно, что данный сложным эймоним явился производящей основой для большого количества сложных слов микрополя «Одежда для новорожденных»:

All-in-one suit (Expansions de N+N)

Hooded all-in-one (Expansions de N+A)

Sleeveless all-in-one (Expansions de N+A)

Convertible all-in-one suit (Expansions de N+A)

Все приведенные примеры представляют собой так называемые «лексические расширения» (expansion), основанные на имени существительном «All-in-one». Стоит сказать, что в английской лингвистике словосочетания такого типа носят название атрибутивных словосочетаний, однако данное исследование включает в себя попытку применить теорию словосложения, разработанную на материале французского языка к лексике английского языка.

Эймоним «Sleeping bag» - спальный мешок, представляет собой сложное слово типа: Сущ+Прил / N+Adj: имя прилагательное «sleeping» и существительное «bag» образуют сложным эймоним «Sleeping bag»:

Mimi le chat baby convertible sleeping bag

В данном примере представляет интерес элемент «Mimi», являющийся все более частотным в языке в наши дни. Так называемая «Мимимишность», вышедшая с экрана мультипликационного фильма «Мадагаскар», стала частью определенной субкультуры. В английском языке междометие «mimimi» также завоевало огромную популярность, придя на смену (временно) выражению «so cuuute» («так миииило») (<https://lurkmore.to/%CC%E8%EC%E8%EC%E8>). Данное междометие 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. Стоит подчеркнуть, что вокабуляр интернет-магазинов одежды типично отражает все самые современные тенденции развития массовой культуры.

Интересным является факт употребления наряду со «Sleeping bag» эймонима «Sleep bag» (V+N), вероятно, данный эймоним может считаться вариативным по отношению к «Sleeping bag»(A+N):

Baby sleep bag in pure cotton percale

Существительное «bag», в свою очередь, является производящей основой для других сложных слов и «лексических расширений»:

Baby travel bag (Expansions de N+A)

Baby travel bag with hood (Expansions de N+Prép+N)

Эймоним «sleepsuit» - детский ночной комбинезон, пока не зафиксирован словарями английского языка, однако находит активное отражение на сайтах интернет-магазинов детской одежды. Представляя собой сложное слово, основанное на глаголе, эймоним образован по схеме:

V+N: sleep+suit→ sleepsuit

В процессе языкового развития рассматриваемый эймоним образует сложное слово типа Сущ+предлог (de)+X: sleepsuit with feet.

Стоит подчеркнуть, что образования такого типа являются довольно распространенными в английском языке в рамках рассматриваемого микрополя:

Pijamas with feet (Сущ+предлог (de)+X).

Аналогичное образование (на основе слияния основ глагола и имени существительного) имеет эймоним «Playsuit»- an all-in-one stretchy garment for a baby or very young child, covering the body, arms, and legs:

Play (V)+ suit (N) → playsuit

Pure cotton denim playsuit.

Еще одним примером сложного эймонима, образованного от глагольной основы, может служить «Jumpsuit» - a piece of clothing in the form of a top and trousers in one continuous piece:

Jump (V) + suit (N) → Jumpsuit (N).

Интересен пример слова «Bodysuit»- a one-piece undergarment for a baby. Эймоним появился в языке благодаря сложению основ двух имен существительных (N+N): body + suit → bodysuit

В свою очередь «bodysuit» привнес в язык большое количество «лексических расширений», пополнив состав вокабуляра моды:

Long-sleeved bodysuit

Long-sleeved newborn cotton bodysuit

Long-sleeved 2-in-1 bodysuit etc.

Примером сложного слова типа N+N также служит эймоним «Baby Blanket», образованный при помощи существительных «ребенок» и «одеяло» соответственно, однако в данном случае существительное «Baby» выполняет грамматическую функцию имени прилагательного и переводится как «детский».

Наряду с приведенными выше продуктивными способами образования сложных эймонимов микрополя «Одежда для новорожденных» подчеркнем факт наличия небольшого количества заимствованных слов из французского языка, которые после проникновения в язык-реципиент укрепились в нем и реализовались при образовании сложных эймонимов. К примеру, французское прилагательное «faux» - фальшивый, неоднократно зафиксировано в составе различных «лексических расширений»:

Faux fur hat with ears

Biker style faux sheepskin coat

Примером билингвального сложного эймонима также может служить «Bouclé socks»- махровые носки, образованного по типу adj+nom от французского прилагательного «bouclé» и английского существительного «socks». В данном примере необходимо подчеркнуть интегрирование

французского прилагательного в грамматическую систему английского языка, а именно отсутствие согласования во множественном числе и, как следствие, отсутствие конечной согласной «s», которая бы писалась во французском варианте эймонима.

Еще одной особенностью одежды для новорожденных, представленной на английской версии сайта, является наличие одежды унисекс, а точнее, значительного количества эймонимов, структура которых включает гендерный маркер «unisex», подчеркивающий универсальность обозначаемого предмета гардероба:

Baby's unisex bibs

Child's unisex towelling bath cape and mitt

Baby's unisex pants etc.

Таким образом, можно констатировать наличие множества типов образования сложных слов в английском языке в микрополе «Одежда для новорожденных», ключевыми из которых являются:

V+N

N+N

N+Adj

Expansions de N+N

Expansions de N+A

Expansions de N+Prép+N.

Велика доля «лексических расширений», призванных подробнее описать презентуемую модель одежды, подчеркнуть ее особенности и преимущества.

Необходимо отметить наличие билингвальных сложных слов, с элементом, заимствованным из французского языка.

В процессе исследования лексики рассматриваемого микрополя нами был выявлен только один эймоним, образованный не при помощи словосложения. При помощи суффиксального способа словообразования от существительного «boot» был образован эймоним «bootee» - пинетка:

Boot+ ^ee→ bootee (N+^→N)

Таким образом, можно сделать вывод о наибольшей продуктивности словосложения как способа словообразования на современном этапе развития английского языка в рамках лексических единиц микрополя «Одежда для новорожденных» ЛСП «Мода».

3.9. Сравнение способов пополнения словарного состава ЛСП «Мода» во французском и английском языках (на примере микрополей «Женская и мужская одежда»)

Проведенное исследование, а также сравнительно-сопоставительный анализ способов пополнения вокабуляра ЛСП «Мода» во французском и английском языках позволили сделать следующие выводы и заключения:

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, объяснением чему являются особенности национального характера и культуры представителей французской и английской народностей. В частности, на одном и том же сайте, предлагающем товары торговой марки «Uniqlo», представлены совершенно разные виды одежды, как в качественном, так и количественном составе. Вероятно, в данном случае проявляется зависимость от климатических, социально-политических условий жизни и быта французов и англичан. Для последних, в условиях более прохладного климата, предложено больше наименований свитеров, курток и пуховиков. С другой стороны, численное преобладание одежды на английской версии сайта интернет-магазина свидетельствует о большем интересе англичан к покупке одежды, как следствию укрепления позиций Англии на подиуме мировой моды.

Изменение геополитических условий в мире (равноправие мужчин и женщин, узаконивание однополых браков) приводит к усилению интереса к

мужской одежде, роли мужчины в мире моды. Такое преломление стереотипов (от «мода – явление только для женщин» до «внешний вид мужчины имеет важное значение») приводит к численному превосходству наименований мужской одежды над женской, что особенно наглядно выражено на английской версии сайта. Впрочем, осознание того, что внешний вид и одежда играет важную роль в успехе мужчины, всегда присутствовало в менталитете англичан, чему доказательством служат многочисленные афоризмы:

Clothes make the man. Naked people have little or no influence in society.
~Mark Twain.

Any man may be in good spirits and good temper when he's well dressed.
There ain't much credit in that. ~ Charles Dickens.

Give a girl the right pair of shoes and she'll conquer the world. ~ Marilyn Monroe

Наряду с этим французский сайт характеризуется большей вариативностью, количеством моделей одного и того же вида одежды. Следовательно, для менее практичного и не зависящего от суровых климатических условий представителя французской нации более важным представляется возможность выбора из ряда идентичных видов одежды. Для француза одежда – отражение внутреннего мира человека, его настроения, возможность самоидентификации. И подобно меняющемуся изо дня в день настроению, важно менять хотя бы один незначительный элемент одежды (форма воротника, длина юбки, крой платья, длина рукава) и т.д.

Под влиянием все более существенной 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, обслуживающем ЛСП «Мода» во

французском языке англоязычное влияние оказалось настолько велико, что привело к эллипсису артикля:

ROBE ÉVASÉE SANS MANCHE

PANTALON CHINO

При этом следует констатировать наличие большого процентного соотношения англицизмов во французской версии сайта, в то время как англоязычный сайт характеризуется минимальным количеством заимствованной лексики, что, безусловно, объясняется явлением глобализации и установления мирового господства английского языка, проникающего во все сферы человеческой жизни, вытесняющего исконные слова языка-реципиента как следствие желания следовать моде, а также зачастую ввиду наличия более яркого, звучного и менее многосложного слова, чем в исконном языке.

С точки зрения значения лексических компонентов, ядро и периферия ЛСП «Мода» имеют практически одинаковое наполнение в сравниваемых языках, однако пути пополнения вокабуляра ЛСП «Мода» представляются различными. В частности, французский язык обладает большим набором способов образования новых эймонимов. Наиболее продуктивными из них в ходе исследования явились заимствование лексических единиц, словосложение, суффиксация, конверсия и телескопия. В английском языке были выявлены три наиболее продуктивных способа пополнения словарного состава ЛСП «Мода»: словосложение, заимствование и аффиксация.

Поскольку настоящее исследование носило диахронный характер, отметим, что по векам доминирование того или иного способа пополнения вокабуляра распределялось не равномерно. В приводимой ниже таблице отражены доминирующие способы словообразования и пополнения лексики ЛСП «Мода» во французском и английском языках в сравнении:

**Таблица 6. Способы пополнения вокабуляра ЛСП «Мода»
(диахронный аспект)**

Век	Французский язык	Английский язык
XVI	Аффиксация (суффиксация)	Заимствование, словосложение
XVII	Заимствование, конверсия	Заимствование
XVIII	Аффиксация (суффиксация)	Заимствование, аффиксация, словосложение
XIX	Аффиксация (суффиксация), словосложение, заимствование	Заимствование, аффиксация, словосложение
XX	Заимствование, словосложение, конверсия, телескопия	Словосложение, аффиксация
XXI	Заимствование, словосложение, конверсия, телескопия	Словосложение

Данная таблица отражает динамику словообразовательных процессов и пополнения вокабуляра во французском и английском языках на временном срезе с XVI по XXI век и отражает наиболее продуктивные способы пополнения эймонимов. 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, даже несмотря на усиление роли восточных стран третьего мира, обладающих особенной неповторимой культурой и традициями и, несомненно, оказывающих влияние на развитие мировой моды.

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, позволяющих наиболее подробно описать презентуемую на сайте модель. Данные эймонимы относятся к категории малоизученных, таким образом, представляя богатый материал для дальнейшего изучения. Сложные многоэлементные эймонимы содержат в себе одновременно лексику ядра и периферии ЛСП, тем самым наиболее полно характеризую визуализированный образ:

CHEMISE EN FLANELLE MANCHES LONGUES

DOUDOUNE ULTRA LIGHT SANS MANCHES

JEAN ULTRA STRETCH TAILLE HAUTE

Wool Blended Slim Fit Flat Front Trousers

Sweat Faux Shearling Full Zip Hoodie

При этом в приведенных примерах видна разница в графическом оформлении французского и английского сайтов: в сравниваемых языках проявляется стремление к капитализации, однако, если в английском языке внимание к эймониму привлекается за счет капитализации первой буквы каждого слова, то французская версия сайта предлагает акцентировать внимание на модной и комфортной одежде прибегая к написанию каждого слова многокомпонентного эймонима с прописной буквы. Данное различие также может находить объяснение в различии традиций и устоев в печатной прессе.

Эймонимы, исследованные в настоящей работе, можно разделить на две категории: однокомпонентные и многокомпонентные. При этом основными способами обогащения ЛСП «Мода» однокомпонентными эймонимами являются заимствование лексических единиц, суффиксация (в обоих сравниваемых языках), а также конверсия и телескопия (во

французском языке). Такой словообразовательный процесс как словосложение приводит к появлению в языке как однокомпонентных, так и многокомпонентных мододимов, отдавая существенное численное преимущество последним. Как и во французском, так и в английском языке со второй половины XX века обозначилась общая тенденция к образованию многокомпонентных эймонимов, нарастающая к XXI веку.

Выводы по Главе 3

На основании проведённого исследования, сопоставления и сравнения эймонимов на англо и франкоязычных версиях сайта одежды Uniqlo, можно сделать следующие выводы.

- Наиболее яркой чертой эймонимов в английском и французском языках является стремление к созданию гипо-гиперонимических отношений, как следствие потребности не только дать наименование, но и создать максимальное точное описание номинируемого типа одежды при вербальной репрезентации одежды.

- Основной чертой современного словообразования во французском языке является стремление к образованию билингвальных эймонимов, эймонимы английского языка не проявляют стремления к билингвальности.

- В отношении эймонимов английского языка можно констатировать стремление к образованию сложных слов и доминирование данного способа словообразования над всеми остальными.

- Во французском языке словообразовательная тенденция выглядит 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.

- Заимствование лексики носит взаимный, однако неоднородный характер в исследуемых языках. Так, основная черта современного французского языка – заимствование англицизмов, активно начавшееся в 50-х годах XX века и достигшее апогея в XXI веке под влиянием глобализации и дани моде. В английском языке заимствование лексики из французского языка происходило в период XVIII-XIX веков и практически прекратилось в эпоху современности ввиду утраты ведущей роли французского языка как языка мировой моды, роскоши и аристократии.

- Обозначенные тенденции в отношении заимствования лексических единиц свидетельствуют о более открытой системе французского языка и сдержанности и закрытости таковой в английском. Данный факт также может объясняться национально-культурными особенностями жизни и быта представителей двух народностей. В частности, жизни французов на материке и «островным мышлением» англичан.

- Сопоставление двух словообразовательных систем доказывает относительную самодостаточность словообразовательной системы английского языка, национальную вестиментарную автономию и лаконичность англичан в сравнении с французской словообразовательной системой, прибегающей к заимствованию лексических единиц и образованию билингвальных эймонимов для полноценного отражения на письме вестиментарного кода.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование ЛСП «Мода» как отражения развития и современного состояния вестиментарного кода в письменной интернет-коммуникации на французском и английском языках позволяет сделать следующие выводы.

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. Существенное влияние на развитие вокабуляра ЛСП «Мода» в сравниваемых языках оказала и Высокая мода. Сопоставление вокабуляра ЛСП «Мода» в историческом аспекте позволяет сделать вывод о его разнородности и доминировании англицизмов в составе французского языка (особенно начиная со второй половины XX века) и незначительном проникновении французских эймонимов в вокабуляр ЛСП «Мода» в английском языке, что, вероятно, свидетельствует о наличии таких черт национального характера англо-саксонской народности как закрытость и сдержанность. Одной из основных характеристик вестиментарной моды в наши дни является ее медиатичность и перемещение с подиумов и страниц изданий о моде в виртуальный мир.

Лексико-семантическое поле «Мода», отражающее развитие и современное состояние вестиментарного кода, обширно представлено в английском и французском языках и имеет развитую структуру. Структурные и семантические изменения лексических единиц, входящих в лексико-семантическое поле «Мода», подвергаются влиянию как внутрилингвистических, так и экстралингвистических факторов, и являются языковым отражением последних. Цикличность моды отражается в цикличном преобладании одних словообразовательных процессов над другими. Структура микрополя «Женская и мужская одежда» идентична в

сравниваемых языках притом, что микрополе «Детская одежда» обладает рядом уникальных особенностей с точки зрения системы словообразования.

Основными общепризнанными способами обогащения словаря являются: аффиксация, словосложение, телескопия, аббревиация, конверсия, семантическое развитие и заимствование, однако не все эти способы одинаково продуктивны при образовании эймонимов. Значительную роль в обогащении вокабуляра лексико-семантического поля «Мода» в сравниваемых языках играют заимствования, при этом явно вычленяется 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.

Суффиксация является способом словообразования, представленном существенно шире во французском языке в сравнении с английским, что может объясняться отсутствием грамматической категории рода в последнем, а также закрытостью системы английского языка и неактивным заимствованием суффиксов из других языков.

Образование сложных слов является одним из наиболее активных средств пополнения словарного состава современного языка, при этом имеет смысл говорить о так называемом номинативном словообразовании, поскольку основу вокабуляра сложных слов составляют именно имена существительные.

Основной чертой современного словообразования во французском языке является стремление к образованию билингвальных эймонимов, эймонимы английского языка не проявляют стремления к билингвальности. В отношении эймонимов английского языка 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.

Заимствование лексики носит взаимный, однако неоднородный характер в исследуемых языках. Так, основная черта современного французского языка – заимствование англицизмов, активно начавшееся в 50-х годах XX века и достигшее апогея в XXI веке под влиянием глобализации и дани моде. В английском языке заимствование лексики из французского языка происходило в период XVIII-XIX веков и практически полностью прекратилось в эпоху современности ввиду утраты ведущей роли французского языка как языка мировой моды, роскоши и аристократии.

Обозначенные тенденции в отношении заимствования лексических единиц свидетельствуют о более открытой системе французского языка и сдержанности и закрытости таковой в английском. Данный факт также может объясняться национально-культурными особенностями жизни и быта представителей двух народностей. В частности, жизни французов на материке и «островным мышлением» англичан.

Сопоставление двух словообразовательных систем доказывает относительную самодостаточность словообразовательной системы английского языка, национальную вестиментарную автономию и лаконичность англичан в сравнении с французской словообразовательной системой, прибегающей к заимствованию лексических единиц и образованию билингвальных эймонимов для полноценного отражения на письме вестиментарного кода.

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 максимальное точное описание номинируемого типа одежды при вербальной репрезентации одежды. Данная тенденция может претендовать на универсальность.

Список литературы

1. *Абросимова Л.С.* Отражение базовых концептуальных единиц в аффиксальной деривации: общекатегориальные семы форманта –hood // Вестник Томского государственного педагогического университета Выпуск № 9, 2011. – С. 106-110.
2. *Агеева Н.Г.* Типология и механизмы глагольной метонимии в современном английском языке: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Киев, 1990. – 19 с.
3. *Агеева Ю.В.* Роль экстралингвистических факторов в сфере семантической деривации // Международная конференция Языковая семантика и образ мира. – Казань, 1997. – URL: http://www.kcn.ru/tat_ru/science.news/lingv-97/n83.htm.
4. *Агузарова К.К.* О национальном характере англичан. – М., 2011. – URL: <http://www.tmy.mwport.ru/files/2011-3-jaz-03.pdf> (дата обращения 10.02.14).
5. *Азархи С.В.* Тенденции современной моды. «Восточная интервенция» // Мода и дизайн: исторический опыт – новые технологии XVII Международная конференция. – СПб., 28-31 мая 2014 года. – URL: <http://rustm.net/catalog/article/2249.html> (дата обращения 17.09.14).
6. *Акико Ф., Тамами С.* История моды с XVIII по XX век. Коллекция Института костюма Киото. – М.: Арт-Родник, 2003. – 709 с.
7. *Алметова Н.М.* Словообразовательная мотивация при конверсии в диахронии в английском языке // Известия Санкт-Петербургского ун-та экономики и финансов. – Вып. 2, 2011. – С. 83-85.
8. *Андреева В.Н.* Лексикология современного французского языка. – М.: Учпедгиз, 1955. – 195 с.
9. *Анисимова Н.П.* Историко-эпистемологический анализ французских семантических теорий. – Дисс. ... доктора филол. наук 10.02.19, Тверь, ТГУ, 2002. – 268 с. – URL: <http://31f.ru/dissertation/110->

dissertaciya-istoriko-epistemologicheskij-analiz-francuzskix-semanticeskix-teorij.html (дата обращения 21.09.14).

10. Антрушина Г.Б., Афанасьева О.В., Морозова Н.Н. Лексикология английского языка. – М.: Дрофа, 2001. – 288 с.

11. Анпоев А.К., Кетенчиев М.Б. Полиаспектный анализ навазний одежды в карачаево-балкарском языке // Вестник Челябинского государственного университета. Серия Филология. Искусствоведение. – Вып. 56. – № 20 (235), 2011. – С. 10-13. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/poliaspektnyy-analiz-nazvaniy-odezhdy-v-karachaevo-balkarskom-yazyke> (дата обращения 12.01.15).

12. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка = The English Word: Учеб. пособие. – М.: Высш. шк., 1986. – 296 с.

13. Арутюнова Н.Д. Очерки по словообразованию в современном испанском языке. – М.: Изд-во АН СССР, 1961. – 151 с.

14. Архипов И.К. О принципах идентификации переносных значений // Языковая система и социокультурный контекст: Сб. РГПУ им. А.И. Герцена. – СПб., 1997. – Вып. 4. – С. 27-35.

15. Архипова Н.Г. Наименования женской одежды в говорах старообрядцев (семейских) Амурской области // Слово: фольклорно-диалектологический альманах. – Вып. 5, 2007. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/naimenovaniya-zhenskoy-odezhdy-v-govorah-starobryadtsev-semeyskih-amurskoy-oblasti> (дата обращения 12.03.14).

16. Астафурова Т.Н., Сухорукова О.Н. Телескопия: новый способ словообразования? // Вестник ВолГУ, Серия 2: Языкознание, №5, 2006. – С. 182-185. – <http://cyberleninka.ru/article/n/teleskopiya-novyy-sposob-slovoobrazovaniya> (дата обращения 24.02.14).

17. Балли Ш. Французская стилистика / пер. с фр. Долинина К.А.; под ред. Эткинда Е.Г.; вступ. ст. Будагова Р.А. – Изд. 2-е. – Серия: Лингвистическое наследие XX века. – 2001. – 392 с.

18. *Барт Р.* Система моды: Статьи по семиотике культуры / Пер. с фр., вступ. ст. и сост. С. Н. Зенкина. – М.: Издательство им. Сабашниковых, 2004. – 512 с.
19. *Баикатова Д.А.* Современный русский дискурс моды. – Автореферат дисс. ... канд. филол. наук. – М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2010. – 27 с.
20. *Блохина И.В.* Всемирная история костюма, моды и стиля. – М.: Харвест, 2009. – 400 с.
21. *Блумер Г.* Социальные проблемы как коллективное поведение / Пер. И. Ясавеева // Контексты современности-II: Актуальные проблемы общества и культуры в западной социальной теории: Хрестоматия / Сост. и общ. ред. С. А. Ерофеева; 2-е изд., доп. и перераб. – Казань: Изд-во Каз. ун-та, 2001. – С. 150-159. – URL: <http://ecsocman.hse.ru/text/19185440/> (дата обращения 17.01.14).
22. *Богатырев П.Г.* Вопросы теории народного искусства. – М.: Искусство, 1971. – 511 с.
23. *Богомолова, О.И.* Современный французский язык. Теоретический курс. – М.: Изд-во литературы на ин. языке, 1948. – 428 с.
24. *Бодуэн де Куртенэ И.А.* Избранные труды по общему языкознанию. – В 2-х тт. – М.: Изд-во АН СССР, 1963. – Т. 1. – 384 с.
25. *Болдырева Т.В.* Типология культурных кодов в драматургии Л.Н. Андреева. – Дисс. ... канд. филол. наук. – Самара, 2008. – 186 с.
26. *Бухрякова М.В.* Англицизмы в современном французском языке // Журнал: Вестник КАСУ. – Выпуск: Общие проблемы филологии. – № 2, Издательство: Казахстанско-американский свободный университет, 2009. – С 113-117. – <http://www.vestnik-kafu.info/journal/18/717/> (дата обращения 19.05.14).
27. *Васильев А.* Красота в изгнании: Королевы подиума. – М.: Слово, 2008. – 352 с.

28. *Васильев А.* Этюды о моде и стиле. – М.: Альпина Нон-фикшн, 2008. – 560 с.
29. *Величко О.В.* Англо-французские заимствования в русской медицинской терминологии. – Автореферат дисс. ... канд филол. наук. – Астахань, 2010. – 21 с.
30. *Виноградов В.В.* Очерки по истории русского литературного языка XVII-XIX вв. – 3-е изд. – М.: Высшая школа, 1982. – 528 с.
31. *Власичева В.В.* Тюркизмы в современном английском языке // Вестник Волгоградского гос. университета. Серия 2: Языкознание. – №2-12, том 2, 2010. – С. 142-146. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/tyurkizmy-v-sovremennom-angliyskom-yazyke> (дата обращения 11.01.14).
32. *Волкова Т.И.* Заимствование как результат и проявление взаимодействия культур // Гуманитарный вектор. Серия: Педагогика, психология. – В вып. 1, 2011. – С. 108-111.
33. *Воробьев В.В.* Лингвокультурология. – М.: Изд-во РУДН, 2008. – 340 с.
34. *Гак В.Г.* Теоретическая грамматика французского языка. – М.: Добросвет, 2004. – 864 с.
35. *Гетманская М.Ю.* Семантико-стилистические особенности телескопизмов в современном русском языке // Каталог публикаций Пятигорского государственного лингвистического университета, 2008. – http://www.pglu.ru/lib/publications/University_Reading/2008/VII/uch_2008_VII_00023.pdf (дата обращения 29.01.14).
36. *Гончарова Н.А.* Мифология имени М. Цветаевой. Дисс. ... канд. филол. наук. – Барнаул, 2006. – 171 с.
37. *Городецкий Б.Ю.* К проблеме семантической типологии. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1969. – 564 с.
38. *Горшунов Ю.В.* Прагматика аббревиатуры. – Дисс. ... доктора филол. наук. – М., 1999. – 299 с.

39. *Гофман А.Б.* Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. – М.: Наука, 1994. – 208 с.
40. *Груенко С.Е.* Галлицизмы как средство вербализации концептосферы «МОДА» в немецком языке. – Автореферат дисс. ... канд. филол. наук. – Омск, 2012. – 18 с.
41. *Грусман М.В.* Мода как феномен культуры и средство социокультурной коммуникации: автореф. дисс. ... канд. культурологии. – СПб.: ГУТД, 2010. – 22 с.
42. *Девятайкина Г.Л.* Поэтика пространства и топонимический код в уральской прозе Д.Н. Мамина-Сибиряка. – Дисс. ... канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2009. – 216 с.
43. *Деррида Ж.* Структура, знак и игра в дискурсе гуманитарных наук // Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму / Пер с франц. Сост., вступ. ст. Г.К. Косикова. – М.: ИГ Прогресс. 2000. – С. 407-420.
44. *Дьячкова Е.С.* Полусуффиксы и образования с ними в современном английском языке. – Дисс. канд. филол. наук.- Барнаул, 2011. – 169 с.
45. *Ермоленко Г.М.* Степень мотивированности лингвокультурем в тематическом поле «одежда» (на материале русского и английского языков) // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – Вып. 63-1, 2008. – С. 81-87. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/stepen-motivirovannosti-lingvokulturem-v-tematicheskom-pole-odezhda-na-materiale-russkogo-i-angliyskogo-yazykov> (дата обращения 17.01.14).
46. *Ермоленко Г.М.* Лингвокультуремы тематической группы «Одежда». – Автореферат дисс. ... канд филол. наук. – Пятигорск, 2009. – 27 с.
47. *Жинкин Н.И.* Язык – речь – творчество: исследования по семиотике, психолингвистике, поэтике. – М.: Лабиринт, 1998. – 366 с.

48. Захарченко М.В.
49. Зиммель Г. Мода // Избранное в 2-х томах. – Т.2. Созерцание жизни. – М.: Юристъ, 1999. – 608 с.
50. Игнатова И.В. Английские адвербиальные глаголы в словаре и тексте. – Дисс. ... канд. филол. наук. – Тула, 2004. – 201 с.
1. Иконникова С.Н. Очерки по истории культурологии. – СПб. : ИГУП, 1998. – 313 с.
 2. Исаева Б.М. Лексико-семантическая характеристика названий мужских головных уборов в кумыкском языке // Историческая и социально-образовательная мысль. Вып. 3, 2014. – С. 222-224. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/leksiko-semanticheskaya-harakteristika-nazvaniy-muzhskih-golovnyh-uborov-v-kumykskom-yazyke> (дата обращения 15.01.15).
 3. Историческое развитие моды. – 2013. – URL: <http://www.mystarway.com/club/group/47/forum/1053/> (дата образования 23.06.14).
 4. Калинина М.В. Лексико-семантическое поле «одежда» в досках казачьих говорах // Известия Волгоградского гос. пед. университета. – Вып. 2, 2007. – С. 82-85. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/leksiko-semanticheskoe-pole-odezhda-v-donskih-kazachih-govorah> (дата обращения 19.01.15).
 5. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Издательство ЛКИ, 2007. – 264 с.
 6. Кардиган: история создания, эволюция, современные тенденции // F2F-mag.ru. – © 2007–2012 F2F Magazin. – URL: <http://www.f2f-mag.ru/dress-code/269/2999/> (дата обращения 17.05.14).
 7. Катагощина Н.А. Как образуются слова во французском языке. – М.: КомКнига, 2006. – 112 с.
 8. Каховская Л.Ф. Аббревиация как способ словообразования. – АКД. – Минск, 1980. – 24 с.

9. *Кекова С.В.* Метаморфозы христианского кода в поэзии Н. Заболоцкого и А. Тарковского. – Дисс. ... докт. филол. наук. – Саратов, 2009. – 460 с.
10. *Клишин А.И.* Конкретные и абстрактно-метафорические значения в структуре глагола: проблемы семантики. – Автореферат дис. ... докт. филол. наук. – СПб., 2001. – 38 с.
11. *Колева М.* История костюма в рисунках Франсуазы Каро. – М.: Астрель, 2011. – 144 с.
12. *Королева Л.В.* Мужской костюм в истории европейской моды: основные векторы развития. – Дисс. ... канд. искусствоведения. – СПб., 2008. – 201 с.
13. *Косицкая Ф.Л.* Дискурс моды и его жанровая дифференциация // Вестник ТГПУ, 4(5) – Томск, 2014. – С. 22-27.
14. *Кронгауз М.А.* Семантика. – М.: Академия, 2005. – 352 с.
15. *Кузнецов А.М.* Поле // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: «Советская энциклопедия», 1990. – 685 с.
16. *Кузнецова И.Н.* Паронимическая неология во французском языке // Сборник статей «Риторика ↔ лингвистика». – Смоленск, Смоленский гос. университет, 2008. – Т.2. – С. 100-108.
17. *Кубрякова Е.С.* Теория номинации и словообразование. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 88 с.
18. *Кудинова Е.А.* Концепт и его соотнесение с лексико-семантическим полем // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2008. – № 1. Ч. 2. – С. 48-50. – URL: <http://www.gramota.net/materials/2/2008/1-2/13.html> (дата обращения 17.02.14).
19. *Лагода О.* Fashion-иллюстрация как специфический канал коммуникации // The National Research Analytics Championship, 2012. – URL: <http://gisap.eu/node/8875#comment-9023> (дата обращения 23.04.14).

20. *Лайонз Дж.* Введение в теоретическую лингвистику. – Изд. 2. – М.: УРСС, 2010. – 544 с. – URL: <http://bookre.org/reader?file=1228945>.
21. *Лашкевич О.М.* Семантика слов-слитков в современном английском языке // Вестник Удмуртского Университета. – Филологические науки, № 5 (2), 2005. – http://vestnik.udsu.ru/2005/2005-05_2/vuu_05_052_16.pdf (дата обращения 09.12.14).
22. *Левит З.Н.* Лексикология французского языка: Для ин-тов и фак. иностр. яз. – М.: Высшая школа, 1979. – 160 с.
23. *Лопатникова Н.Н.* Некоторые тенденции развития лексической системы современного французского языка. (На франц. языке.). – М.: АБФ, 2002. – 109 с.
24. *Лотте Д.С.* Основы построения научно-технической терминологии. – М.: Изд. АН СССР, 1961. – 218 с.
25. *Максимова Т.В.* Современные тенденции развития сокращения как способа словообразования в английском языке // Вестник ВолГУ, Серия 2: Языкознание. – вып. 3. – Волгоград, 2003, – С. 85-91.
26. *Маккензи М.* Мода: путеводитель по стилям. – М.: Кладезь-Букс, 2010. – 160 с.
27. Г. Марчанд
28. *Мельникова Т.В.* Система кодов искусства в поэзии Даниила Андреева. – Дисс. ... канд. филол. наук. – Краснодар, 2011. – 185 с.
29. *Матвеева Е.К.* Цвет как дифференцирующий признак лексико-семантической группы одежда в рекламном дискурсе моды // Филология и культура. – Вып. 4, 2013. – С. 67-70. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/tsvet-kak-differentsiruyuschiy-priznak-leksiko-semanticheskoy-gruppy-odezhda-v-reklamnom-diskurse-mody> (дата обращения 17.01.14).
30. *Миненкова В.К.* Глаголы, соотносящиеся по конверсии с существительными, и их место в глагольной системе английского языка /

В.К. Миненкова // Проблемы соотношения словообразования с другими языковыми уровнями в германских языках. – Смоленск, 1985. – С. 140-148.

31. Музалевская Ю.Е., Козлова Е.В. Понятие «стиль» в вестиментарной моде. Особенности употребления различных стилей в современном детском костюме // Техничко-технологические проблемы сервиса, 2012, № 3(21). – С. 68-75. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-stil-v-vestimentarnoy-mode-osobennosti-upotrebleniya-razlichnyh-stiley-v-sovremennom-detskom-kostyume> (дата обращения 12.07.14).

32. Наседкина Ю.В. Показы коллекций Высокой моды как синкретическое искусство // Мода в контексте культуры. Сб. статей научно-практической конференции. – СПб., 2006. – С. 64-67.

33. Небрежный шик Нино Черрути // Имена в моде. – Men's Look: журнал о моде и стиле для мужчин. – Copyright © 2012 – 2015. – URL: <http://mens-look.ru/names/casual-chic-nino-cerruti.html> (дата обращения 27.03.14).

34. Нижельская Ю.А. Структурно-семантическая и этимологическая характеристика словообразовательного поля глаголов американского варианта современного английского языка. – Автореферат дис. ... канд. филол. наук. – Ростов-на-Дону, 2004. – 19 с.

35. Николаев Г.А. Семантическое словообразование и поэтический язык // Международная конференция Языковая семантика и образ мира. – Казань, 1997. – URL: http://www.kcn.ru/tat_ru/science_news/lingv-97/n93.htm (дата обращения 21.11.14).

36. Нургалеева Т.В. Прием языковой игры как принцип порождения аббревиатур // Электронный журнал Вестник МГОУ. – 2010, № 1. – С. 24-28. – URL: <http://www.evestnik-mgou.ru/Articles/View/10> (дата обращения 17.10.14).

37. *Овчинникова Г.В.* Адъективные суффиксы во французском, итальянском и русском языках (Сопоставительное словообразование). – Автореферат дис. ... д-ра филол. наук. – М., 2000. – 41 с.
38. *Пауль Г.* Принципы истории языка. – М.: Изд-во иностранной литературы, 1960. – 501 с.
39. *Пеньков Е.М.* Социальные нормы: управление и воспитание. – М.: Высшая школа, 2010. – 175 с.
40. *Першина М.А., Еремеева Е.Ю.* Конверсия как способ словообразования в английском языке // Science Time, №5, 2014. – С. 155-158.
41. *Покровский М.М.* Избранные работы по языкознанию. – М.: Издательство АН СССР, 1959. – 382 с.
42. *Полищук Л.А.* Родо-видовая группа «наименования предметов одежды для защиты рук» в говорах камчадалов // Вестник КРАУНЦ. Гуманитарные науки. – Вып. 1, 2008. – С. 45-48. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/rodo-vidovaya-gruppa-naimenovaniya-predmetov-odezhdy-dlya-zaschity-ruk-v-govorah-kamchadalov> (дата обращения 23.01.15).
43. *Попова З.Д., Стернин И.А., Беляева Е.И.* Полевые структуры в системе языка: монография; под ред. З.Д. Поповой. – Воронеж: Изд-во Воронежск. ун-та, 1989. – 196 с.
44. *Попова З.Д., Стернин И.А.* Когнитивная лингвистика. – Воронеж, 2007. – 314 с.
45. *Попова З.Д., Стернин И.А., Беляева Е.И.* Полевые структуры в системе языка: монография; под ред. З.Д. Поповой. – Воронеж: Изд-во Воронежск. ун-та, 1989. – 196 с.
46. *Попова С.Н.* История моды, костюма и стиля: Большая иллюстрированная энциклопедия. – М.: АСТ, 2009. – 272 с.
47. *Попова И.В.* Лексико-семантические и стилистические особенности языка индустрии моды: на материале журналов о моде. – Автореферат дисс. ... канд. филол. наук. – М., 2007. – 24 с.

48. *Раевская О.В.* Части речи и словообразование во французском языке. – М.: Филология, 1996. – 232 с.
49. *Разоренов Д.А.* Лингвокультурные особенности концепта «Время» в английском языке // Известия Тульского гос. ун-та. Гуманитарные науки. – Вып. 1. – Тула: Изд-во ТулГУ, 2010. – С. 327-334.
50. *Разоренов Д.А., Бизикина А.С.* Интерстилевое тонирование англоязычных политических текстов // Известия Тульского гос. ун-та. Гуманитарные науки. – Вып. 2. – Тула: Изд-во ТулГУ, 2014. – С. 270-275.
51. *Райлян С.В., Алексеев А.Я.* Некоторые проблемы стилистического словообразования. – Кишинев. – 1980. – 200 с.
52. *Ракитина Н.Н.* Лингвокультурологические аспекты функционирования аббревиатур в политическом дискурсе: дисс. ... канд. филол. наук. – Челябинск, 2007. – 253 с.
53. *Саме Ж.* Высокая мода. – М.: Азбука-Классика, 2010. – 320 с.
54. *Савинова А.Г.* Синестезия как своеобразие миромоделирования и особенность стиля прозы Н.В. Гоголя. – Дисс. ... канд. филол. наук – Томск, 2010. – 201 с.
55. *Смирницкий А.И.* Объективность существования языка: материалы к курсу языкознания. – М.: Издательство Московского ун-та, 1954. – 33 с.
56. *Смирницкий А.И.* По поводу конверсии в английском языке // Иностранные языки в школе. – 1954. – № 3. – С. 12-24.
57. *Соколова Г.Г.* Фразообразование во французском языке. Учеб. пособие для институтов и фак. иностр. яз. – М.: Высшая школа, 1987. – 142 с.
58. *Соломоник А.* Позитивная семиотика (о знаках, знаковых системах и семиотической деятельности) / Под ред. Г. Крейдлина. – М.: МЕТ, 2004. – 191 с.

59. *Соссюр де Ф.* Труды по языкознанию. – М: Прогресс, 1977. – 696 с. – URL: <http://www.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=39113> (дата обращения 21.10.14).

60. *Степанова М.Д.* О соотношении словосложения и словопроизводства: проблемы «полуаффиксации» // Полуаффиксация в терминологии и литературной норме. – Владивосток, 1986. – С. 156-170.

61. *Степанова М.Д.* Теоретические основы словообразования в немецком языке: Учебное пособие для филологических факультетов университетов и институтов иностранных языков. – М.: Высшая школа, 1984. – 264 с.

62. *Степанова М.Д.* О словообразовательных моделях (на материале современного немецкого языка) // Как подготовить интересный урок иностранного языка: Сборник статей / Под ред. Т.А. Дегтеревой. – М.: Изд-во ВПШ и АОН при ЦК КПСС, 1963. – С. 208-223.

63. *Степанова М.Д.* О месте словообразования в системе языка // Единицы разных уровней грамматического строя языка и их взаимодействие: Доклады симпозиума. 18-20 апреля 1967 г. / Ред. кол. В.Н. Ярцева, Н.Ю. Шведова (отв. ред.) и др. – М.: Наука, 1969. – С. 278-279.

64. *Степанова М.Д.* Методы синхронного анализа лексики (на материале современного немецкого языка). – М.: Высшая школа, 1968. – 200 с.

65. *Тер-Минасова С.Г.* Язык и межкультурная коммуникация. – М.: Слово/Slovo, 2000. – 624 с.

66. *Тихомирова А.В.* Новая жизнь старого символа: лапотъ в культурно-языковом пространстве современной России // Политическая лингвистика. – Вып. 1, 2012. – С. 1-7. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/novaya-zhizn-starogo-simvola-lapot-v-kulturno-yazykovom-prostranstve-sovremennoy-rossii> (дата образования 27.02.14).

67. Уфимцева А.А. Теории «семантического поля» и возможности их применения при изучении словарного состава языка // Вопросы теории языка в современной зарубежной лингвистике. – М., 1961. – С. 230-241.
68. Фиш М.Ю. Сенсорные коды поэтики цикла рассказов И.А. Бунина «Темные аллеи». – Дисс. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2009. – 202 с.
69. Халифман Э.А., Макеева Т.С., Раевская О.В. Словообразование в современном французском языке (Для институтов и фак. иностр. яз.). Учеб. пособие. – М.: Высшая школа, 1983. – 128 с.
70. Хлыщева Е.В. Динамика культурных моделей в глобализирующемся мире. – Автореферат дисс. ... докт филос. наук. – Астрахань, 2011. – 51 с.
71. Цыбова И.А. Словообразование в современном французском языке: учебное пособие. – М.: Высшая школа, 2008. – 128 с.
72. Чернышова И.Ю. Образование суффиксальных производных от имен собственных во французском и английском языках. Автореферат дисс. ... канд. филол. наук. М., 2011. – 27 с.
73. Чурсина О.В. Лингвокультурный концепт «МОДА» в языковом сознании и коммуникативном поведении – Автореферат дисс. ... канд филол. наук. – Астрахань, 2010. – 20 с.
74. Шабаркина И.В. Костюм как невербальная социокультурная система. – Дисс. ...канд. социол. наук. – М., 2004. – 142 с.
75. Шамигулова А.Т. Структурно-семантические и историко-генетические особенности лексики одежды и украшений в башкирском языке // Мир науки, культуры, образования. – Вып. 6, 2013. – С. 336-337. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/strukturno-semanticheskie-i-istoriko-geneticheskie-osobennosti-leksiki-odezhdy-i-ukrasheniy-v-bashkirskom-yazyke> (дата обращения 11.12.14).
76. Шафиков С.Г. Теория семантического поля и компонентной семантики его единиц. – Уфа: Изд-во Башк. ун-та, 1999. – 88 с.

77. *Шепелева Е.В.* Роль заимствований в современном английском языке // Известия Пензенского государственного педагогического университета, Вып. 7. – 2007. – С. 179-181.
78. *Шестак Л.А.* Русская языковая личность: коды образной вербализации тезауруса: Дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01. – Волгоград, 2003. – 514 с.
79. *Шмелёв Д.Н.* Современный русский язык: Лексика. – М.: КомКнига, 2006. – 336 с.
80. *Шунтова Т.С.* Прототипический подход к исследованию наименований спортивной одежды // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена, Серия Языкознание. – Вып. 114, 2009. – С. 249-253. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/prototipicheskiy-podhod-k-issledovaniyu-naimenovaniy-sportivnoy-odezhdy> (дата обращения 21.01.14).
81. *Щур Г.С.* Теории поля в лингвистике. – Изд.-е 3. – М.: УРСС, 2009. – 264 с.
82. *Энциклопедия моды: стиль кэжуал.* – CLIACK-ART-STUDIO – 2008-2015 год. – URL: <http://www.casual-info.ru/wiki/%D1%F2%E8%EB%FC+%CA%FD%E6%F3%E0%EB/> (дата обращения 19.04.14).
83. *Эрстлинг Л.В.* Телескопные слова во французском языке // Вестник ПСТГУ, III: Филология, Вып. 4 (22), 2010. – С. 132-142. – <http://pstgu.ru/download/1294824498.erstling.pdf> (дата обращения 12.01.15).
84. *Янутик С.Я.* Особенности словообразовательной аффиксации в английском языке // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – Выпуск № 27 (170) / том 20. – 2013. – С. 79-84.
85. *Ярмашевич М.А.* Аббревиация в современных европейских языках: структурный, семантический и функциональный аспекты. – Автореферат дисс. ... доктора филол. наук – Саратов, 2004. – 44 с. – URL:

<http://cheloveknauka.com/abbreviatsiya-v-sovremennyh-evropeyskih-yazykah-strukturnyy-semanticheskiy-i-funktsionalnyy-aspekty> (дата обращения 07.02.15).

86. *Brinton L.J., Brinton D.M.* The linguistic structure of modern English: a linguistic introduction. – John Benjamins Publishing Company, 2010. – 446 p.), <http://bookre.org/reader?file=1153152> (дата обращения 05.02.14).

87. *Brunot F.* Histoire de la langue française des origines à 1910. – Т. 1-13. – P.: Librairie Colin, 1966-1968.

88. *Crystal D.* The Cambridge Encyclopedia of the English Language. – Cambridge University Press, 1996. – 489 p.

89. *Darmesteter A.* Cours de grammaire historique de la langue française. – Paris, 1950. – 331 p.

90. *Dauzat A.* Histoire de la langue française. – Paris, PUF, 1959. – URL: <https://archive.org/details/histoiredelalang02brunuoft> (дата обращения 12.01.14)

91. *Doppagne A.* Majuscules, abbreviations, symbols et sigles. – 2007. – 96 p.

92. *Dubois, J.* Etude sur la dérivation suffixale en français moderne et contemporain. – P.: Librairie Larousse, 1962. – 118 p.

93. *Dubois J.* La dérivation suffixale en français. – P.: Editions Nathan, 1999. – 304 p.

94. *Finegan E.* Language: Its Structure and Use. 5th ed. – Thomson Wadsworth, 2008. – 611 p. – <http://bookre.org/reader?file=1394354> (дата обращения 12.07.14).

95. *Gaston Gross* Les expressions figé en français noms composés et autres locutions Edition Ophrys, 1996. – 161p.

96. *Globalisation versus mondialisation* // Sciences Humaines, 2011. – URL: http://www.scienceshumaines.com/globalisation-versus-mondialisation_fr_1044.html (дата обращения 12.03.14).

97. *Guilbert L.* De la formation des unites lexicales. – P., 1971. – 325 p.

98. *Guilbert L.* La créativité lexicale. – P.: Larousse, 1975. – 178 p.
99. *Jackson H., Amvela E.Z.* Words Meaning and Vocabulary Continuum. – 2000. – 206 p.
100. *Khondker H.H.* Glocalization as Globalization: Evolution of a Sociological Concept // Bangladesh e-Journal of Sociology, Vol. 1. No. 2. July, 2004. – URL: https://www.mukto-mona.com/Articles/habibul_haque/Globalization.pdf (дата обращения 12.03.14)
101. *Marchand H.* The Categories and Types of Present-day English Word-Formation. A Synchronic-Diachronic Approach // Alabama Linguistic and Philological Series. Alabama: University of Alabama Press, 1966. – Vol. 13. – 379 p.
102. *Marouzeau J.* Du latin au français. – Paris: Société d'édition «Les belles lettres», 1955. – 41 p.
103. *Nair R.B., Carter R., Toolan M.* Clines of metaphoricity, and creative metaphors as situated risk-taking // J. of Lit. Semantics. – Cambridge; N.Y. – 1988. – Vol. 17. – № 1. – P. 20-40.
104. *Nyrop K.* Grammaire historique de la langue française. – T.3. – Formation des mots. – Copenhague: Gyldendalske Boghandel, 1908. – 459 p.
105. *Pottier B.* Présentation de la linguistique. Fondements d'une théorie. – Paris: Editions Klincksieck, 1967. – 78 p.
106. *Pottier B.* Sémantique et logique. – Paris: Delarge, 1976. – 271 p.
107. *Pottier B.* Systématique des éléments de relation. Etude de morphosyntaxe structurale romane. – Paris: Librairie Klincksieck, 1962. – 375 p.
108. *Schwischay B.* Les champs sémantiques // Syntaxe du français (hiver 2001/02) Dernière mise à jour: 03-03-02: – P. 1-9. – URL: <http://www.home.uniosnabrueck.de/bschwisc/archives/champ.pdf>
109. *UNT Digital Library.* – University of North Texas. – URL: <http://digital.library.unt.edu/ark:/67531/metadc38071/>

Словари и энциклопедии

1. *Ахманова О.С.* Словарь лингвистических терминов. – М.: «Советская энциклопедия», 1969. – 608 с.
2. *Ахманова О.С.* Словарь лингвистических терминов. – М.: КомКнига, 2007. – 576 с.
3. *Варбот Ж.Ж., Журавлев А.Ф.* Краткий понятийно-терминологический справочник по этимологии и исторической лексикологии. – Российская академия наук, Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН, Этимология и история слов русского языка – М., 1998. – 54 с. – URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/etymology_terms/Оним (дата обращения 02.02.15).
4. *Даль В.* Толковый словарь живого великорусского языка: В 4-х т. – М.: Рипол, 2011. – 3104 с.
5. *Жеребило Т.В.* Словарь лингвистических терминов: Изд. 5-е, испр. и доп. – Назрань: Изд-во ООО «Пилигрим». – 2010. – 486 с. – URL: http://lingvistics_dictionary.academic.ru/3605 (дата обращения 21.05.14).
6. *Ильин И.П.* Постмодернизм. Словарь терминов. – М.: ИНИОН РАН (отдел литературоведения). – INTRADA, 2001. – 384 с. – URL: <http://postmodernism.academic.ru/55/%D0%BA%D0%BE%D0%B4> (дата обращения 30.01.15).
7. Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: «Советская энциклопедия», 1990. – 685 с.
8. Новый словарь иностранных слов русского языка by EdwART (2009) // Словари и энциклопедии на Академике. – © Академик, 2000-2014. – URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/код
9. *Ожегов С.И., Шведова Н.Ю.* Толковый словарь русского языка. – (©) 2007-2013. – URL: <http://www.ozhegov.org/> (дата обращения 12.01.15).
10. *Орленко Л.В.* Терминологический словарь одежды: около 2000 слов. – М. Легпромбытиздат, 1996. – 344 с.

11. Энциклопедический словарь (2009) // Словари и энциклопедии на Академике. – © Академик, 2000-2014. <http://dic.academic.ru/dic.nsf/es/27771/код> (дата обращения 17.09.14).
12. A Glossary of Clothing Terms // Clothing and dress for women in the art of Ancient Greece: Including Amazons, Goddesses, Nymphs, and Archaic Females from Mycenaen and Minoan Cultures. – URL: <http://www.rwaag.org/cloth#Glos> (дата обращения 12.02.15).
13. Ambrose G., Harris P. Dictionnaire visuel de la mode. – Paris: PYRAMYD, 2007. – 287 p.
14. Cambridge Advanced Learner's Dictionary. – Cambridge Dictionaries Online. – © Cambridge University Press 2015. – <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/> (дата обращения 17.01.15).
15. Collins English Dictionary. – © Collins 2015. – URL: <http://www.collinsdictionary.com/> (дата обращения 27.02.2014).
16. Dauzat, A. Dictionnaire étymologique et historique du français / A. Dauzat, J. Dubois, H. Mitterand. – P.: Larousse, 1994. – 822 p.
17. Dictionary.reference.com. – Copyright © 2015 Dictionary.com, LLC. All rights reserved. – URL: <http://dictionary.reference.com/> (дата обращения 14.01.15).
18. Dictionnaire de la langue française: Lexis / Direction de Jean Dubois; Rédaction J.-P. Mével, G. Chauveau, S. Hudelot, C. Sobotka-Kannos, D. Morel. – P.: Larousse, 1999. – 2112 p.
19. Dictionnaire de linguistique / J. Dubois, M. Giacomo, L. Guespin, C. Marcellesi, J.-P. Mével. – P.: Librairie Larousse, 1974. – 518 p.
20. Fashion Bank. – © 2007-2015. – URL: <http://www.fashionbank.ru/articles/article1754.html> (дата обращения 12.04.14).
21. Huguet, E. Dictionnaire de la langue française du XVI^e siècle / E. Huguet. – V. 1-7. – Paris: Didier, 1925-67
22. Larousse: DICTIONNAIRE DE FRANÇAIS. – Larousse-edu.fr © Larousse. – URL: <http://www.larousse.fr/> (дата обращения 19.10.14).

23. Larousse en couleurs: Dictionnaire encyclopédique: en 3 vol. – Paris: Librairie Larousse, 1983-1985
24. Le Petit Robert. – © 2015 Dictionnaires Le Robert. – URL: <http://www.lerobert.com/> (дата обращения 27.10.14).
25. Le Petit Robert: Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française: Version électronique du Nouveau Petit Robert. – Disque optique compact CD-ROM version 1.3. – ®Bruxelles: Bureau van Dijk, Editions Electroniques, 1996.
26. Le Trésor de la Langue Française Informatisé. – Jacques Dendien. – URL: <http://atilf.atilf.fr/> (дата обращения 21.10.14).
27. Longman Dictionary of Contemporary English. – Pearsom ELT. – 1999-2015 Pearson Education Limited and its licensors. All rights are reserved. – URL: <http://www.ldoceonline.com/> (дата обращения 27.02.2015).
28. Macmillan Dictionary for Advanced Learners. – © Macmillan Publishers Limited 2009-2015. – URL: <http://www.macmillandictionary.com/> (дата обращения 27.02.2014).
29. *Matthews P.H.* Oxford Concise Dictionary of Linguistics. – Oxford, New York. – Oxford University Press, 1997. – 410 p.
30. Merriam-Webster Dictionary Online. – An Encyclopædia Britannica Company. – © 2015 Merriam-Webster, Incorporated. – URL: <http://www.merriam-webster.com/dictionary> (дата обращения 15.01.15).
31. Online Etymological Dictionary. – © 2001-2014 Douglas Harper URL: <http://www.etymonline.com/> (дата обращения 17.03.2014).
32. Oxford Advanced Learner's Dictionary. – © 2015 Oxford University Press. – URL: <http://oxforddictionaries.com/> (дата обращения 27.02.2014).
33. The Free Dictionary.com. – Copyright © 2003-2015 Farlex, Inc. – URL: <http://www.thefreedictionary.com/> (дата обращения 12.12.14).
34. Wikipédia: L'encyclopédie libre. – 2001-2015 Wikipedia®. – URL: <http://fr.wikipedia.org/wiki/Legging> (дата обращения 23.09.14).

Список источников материала исследования

1. Диор К. Словарь моды. Учитесь одеваться: пособие по стилям. – М.: СЛОВО, 2011. – 128 с.
2. Словарь моды // ModMap: Мода, стиль, тенденции. – Copyright © 2009-2015 Modmap.ru-все о моде, стиле, шоппинге. – URL: <http://www.modmap.ru/slovar.html> (дата обращения 16.01.15).
3. Словарь моды и одежды. – © 2000 Longsoft. Словарь моды и одежды 2009-2011. – URL: http://www.moda-dic.ru/index/moda_k.html (дата обращения 15.01.15).
4. Энциклопедия моды и одежды. – © 2009-2015 Энциклопедии & Словари: Коллекция энциклопедий и словарей. – URL: http://enc-dic.com/enc_fashion/ (дата обращения 10.01.15).
5. 4shopping: Бренды. – © 2007-2015. – URL: <http://www.4shopping.ru/brand/> (дата обращения 11.01.15).
6. *Amboss G., Harris P.* Dictionnaire visuel de la mode. – Paris: Pyramide, 2008. – 287 p.
7. Dress Code: Словарь моды. – Copyright © 2015 Платья, костюмы, новости моды. – URL: <http://dress-code.net.ua/content/category/10/165/41/> (дата обращения 12.01.14).
8. *Goose A.* Mélanges de grammaire et de lexicologie françaises. – URL: http://books.google.ru/books?id=VnFWgqu54ooC&pg=PA207&lpg=PA207&dq=lexicologie+t%C3%A9l%C3%A9scopage&source=bl&ots=gudjKE4Ez7&sig=xwSSlf_ubb3oX98H1CU6VPybh0&hl=fr&sa=X&ei=ZYgZUIT7L8iKhQf fuIAg&sqi=2&redir_esc=y#v=onepage&q=lexicologie%20t%C3%A9l%C3%A9scopage&f=false (дата обращения 12.01.14).
9. Histoire de la mode: Blog hébergé par CanalBlog Mode et Beauté créé le 18/02/2010. – URL: <http://histoiredelamode.canalblog.com/> (дата обращения 20.10.2014).
10. Horizons monde Au bon endroit Au bon moment. – URL: <http://www.horizonsmonde.com/> (дата обращения 11.01.14).

11. La Redoute. – URL: <http://www.laredoute.fr/> (дата обращения 10.02.2014).
12. Musee Christian DIOR Granville. – URL: <http://www.musee-dior-granville.com/> (дата обращения 24.12.2014).
13. Schwischay B. Introduction à la lexicologie (hiver 2001/02). Dernière mise à jour: 18-11-01. – URL: <http://www.home.uni-osnabrueck.de/bschwisc/archives/formation.htm> (дата обращения 12.01.14).
14. ToMall. – © toMall.ru, 2008-2012. – URL: <http://tomall.ru/paper.php?cod=5> (дата обращения 16.01.15).
15. V\$: ves4i.com.ua: истории брендов, магазинов, скидки: знай историю вещей, которыми владеешь. – All rights reserved, 2015. – URL: <http://ves4i.com.ua/> (дата обращения 06.11.14).
16. Wikipédia L'encyclopédie libre. URL: <http://fr.wikipedia.org/wiki/Mot-valise> (дата обращения 11.01.14).
17. Queen's University at Kingston. Dernière modification: 28 décembre 1996. URL: <http://post.queensu.ca/~lessardg/Cours/215/chap5.html#5.9> (дата обращения 16.07.2014)
18. Ikonet.com Dictionnaire visuel la référence isuelle. - © QA INTERNATIONAL 2015. – URL: <http://www.ikonet.com/fr/ledictionnairevisuel/> (дата обращения 17.09.2014)
19. Lexilogos mots et merveilles d'ici et d'ailleurs Dictionnaire français. - Xavier Nègre © Lexilogos 2002-2015. – URL : http://www.lexilogos.com/francais_langue_dictionnaires.htm (дата обращения 19.10.2014)
20. Dictionnaires sde français LAROUSSE. - © Larousse. – URL : <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/robe/69634/citation> (дата обращения 15.02.2015)
21. ELLE. – URL : <http://www.elle.fr/Mode/Histoire> (дата обращения 8.11.2014)
22. Vertbaudet. - opyright 2013 © - SADAS S.A.S au capital de 21281200€ - 414.766.576 RCS Lille Métropole . 216 rue Winoc Chocqueel -

- 59200 Tourcoing - www.vertbaudet.fr. – URL:
http://www.vertbaudet.fr/chaussures-chaussures-bebe-bebe-a-quatre-pattes-0-10-mois.htm#?intcmpid=nav_haute_chaussures_bebe_4_pattes (дата обращения 22.08.2014)
23. La Redoute. – URL : <http://www.laredoute.fr/achat-enfant-garcon-2-16-ans.aspx?categoryid=111143644&cod=516fr44944143082&gclid=COiAzJXuo7sCFYNf3godwhUASg&kard=1> (дата обращения 17.09.2014)
24. FTC. - FTS (FrenchtouchSeduction.com) © 2004-2015. – URL:
<http://www.frenchtouchseduction.com/look-pantalons-et-chaussures.html>
(дата обращения 15.10.2014)

Список принятых в работе сокращений

- ЛКП – лингвокультурологическое поле
ЛСП – лексико-семантическое поле
ЛЭС, 1990 – Лингвистический энциклопедический словарь
ПСТ – Постмодернизм. Словарь терминов
СД – Словарь В. Даля
СИ – Новый словарь иностранных слов, 2009
СЛТ – Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов
СРЯ – Толковый словарь русского языка
ТСО – Терминологический словарь одежды: около 2000 слов
ЭС – Энциклопедический словарь, 2009
CED – Cambridge Advanced Learner's Dictionary
DC – Dictionary.reference.com
ED – Online Etymological Dictionary
GCT – A Glossary of Clothing Terms
LDCE – Longman Dictionary of Contemporary English
MWD – Merriam-Webster Dictionary Online

OCDL – Oxford Concise Dictionary of Linguistics

OD – Oxford Advanced Learner's Dictionary

WP – Wikipedia

