

А. С. Пономарёва

Тверской государственный университет, магистрант

Научный руководитель: д.ф.н. С. И. Тогоева

НАИМЕНОВАНИЯ ПРЕДМЕТОВ ОДЕЖДЫ В ЛИНГВОКУЛЬТУРНОМ АСПЕКТЕ (НА ПРИМЕРЕ РУССКИХ И ФРАНЦУЗСКИХ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ)

Одежда является важным элементом любой национальной культуры, она выполняет не только эстетическую и практическую функции, но и несёт в себе смысловую нагрузку. Через стиль одежды человек передаёт своё мироощущение, а также отношение к самому себе и к окружающим людям. Кроме того, внешний вид человека влияет на восприятие его в обществе, так как одежда может служить показателем общекультурного уровня индивида, его чувства вкуса, материального положения и социального статуса. А лексика, относящаяся к сфере одежды, отражает не только исторические тенденции, но и особенности устройства жизни народа, проживающего в той или иной стране. Жизнь народа и язык, на котором он говорит, тесно связаны, язык не просто формирует культуру и отражает всё то, что в ней есть, но и сам развивается в контексте национальной культуры. Такое взаимодействие культуры и языка призвана изучать лингвокультурология. Исследователь С. Г. Воркачев определяет лингвокультурологию как «научную дисциплину, в задачи которой входит изучение и описание взаимосвязи языка и культуры, языка и народного менталитета, она рассматривает лингвокультуру как линзу, через которую можно увидеть материальную и духовную самобытность этноса» [Воркачев 2001: 64].

Во французской лингвокультуре одежда занимает важное место, она является незаменимым показателем национальной культуры. Данный факт можно объяснить тем, что Франция долгий период являлась законодателем моды, весь мир испытывал сильное влияние французского языка в сфере моды. Так, для французов одежда представляет собой не только материальную оболочку или социально-определяющую функцию, но и духовную суть, а именно как человек раскрывается с помощью определённой одежды [Николаева 2011: 142], поэтому анализ французской лексики в области моды представляет собой большой интерес для выявления культурных особенностей данной страны.

Однако лексика сферы одежды считается довольно подвижной, особенно в современном мире, когда модные тенденции меняются каждый сезон. Составители словарей не успевают за непрерывно меняющимся миром, поэтому найти некоторые термины сферы моды в словарях невозможно. Действенным способом выявления современных наименований предметов одежды является поиск в Интернете, где фиксируются все изменения в лексике. В связи с этим, для отбора лексики,

обозначающей элементы одежды, для анализа были использованы официальные сайты интернет-магазинов.

Для выявления национальных специфических черт конкретного народа наиболее эффективным методом является сопоставительный анализ лексических единиц двух языков. В нашем исследовании рассматриваются наименования одежды французского и русского языков на основе материалов, выявленных на сайтах интернет-магазинов, соответствующих двух стран. Для проведения анализа был выбран онлайн-магазин одежды H&M для России и Франции. Главным критерием выбора именно этого интернет-магазина было то, что H&M является международным брендом, следовательно, имеет статус сетевого магазина. Этот признак является важным для нашего исследования, так как товары таких магазинов во всех странах являются идентичными, что позволяет выявить отличия в названиях одинаковых вещей и одинаковых разделов товаров. Для подробного сравнительного анализа названий одежды на русском и французском языках был выбран сектор женской одежды.

Прежде чем сравнивать названия элементов одежды следует обратить внимание на категории товаров, которые в русских и французских магазинах расположены в разном порядке. На русском сайте в первых рядах находятся категории «*пальто и куртки*», «*трикотаж*», «*толстовки*», а во Франции приоритет отдан категории «*платья*», «*топы*», «*рубашки*». Это различие может быть объяснено разными климатическими условиями двух стран. К тому же, на страницах русского магазина после тёплых вещей расположены категории «*одежда для дома*», «*пляжная одежда*», и только затем идут категории «*пиджаки*» и «*юбки*». Порядок категорий во французском магазине следующий: «*пиджаки*», «*юбки*», «*пляжная одежда*», «*одежда для дома*». Так, на французском сайте категория офисной одежды находится перед разделами домашней одежды и купальников. Несмотря на то, что французам нравится умеренная, спокойная жизнь, неторопливые приёмы пищи и походы в кафе, их также можно назвать трудолюбивыми людьми, ведь они много работают и почти не находятся дома. Вместо проведения времени дома они предпочитают посещать различные светские мероприятия. Следовательно, в магазине француженки скорее всего купят себе красивое платье, чем пижаму для дома. В России же люди отдают приоритет отдыху дома. В России домашний очаг играет важную роль в жизни людей. Поэтому русские девушки часто заказывают халаты и пижамы в интернет-магазинах, чтобы даже дома выглядеть элегантно. Такое расположение категорий товаров говорит о разных культурных предпочтениях в сфере работы и отдыха.

В данной статье отражены результаты анализа лексических единиц, относящихся к верхней части женского костюма, которые относятся к следующим сферам: «*уличная/спортивная одежда*», «*офисная одежда*», «*трикотаж*», «*летняя одежда*».

Спортивная одежда является первой категорией товаров, рассматриваемых в исследовании. Так, во французском магазине категория «*sweatshirts*» имеет два раздела: «*sweats à capuche*» и «*sweatshirts*». Товары с наименованием *sweatshirt* представляют собой разновидность спортивных кофт, выполненных из трикотажа, без капюшона и молнии с резинками на рукавах. Данный термин является заимствованным из английского языка. Товары в разделе «*sweats à capuche*» представляют собой спортивные кофты, выполненные из плотной трикотажной ткани, которые могут иметь или не иметь карманы и молнию. Само название *sweats à capuche* состоит из слова *sweat*, которое является сокращением от английского слова *sweatshirt*, и французского слова *capuche*, что переводится как *капюшон*. Следовательно, в данном разделе можно найти все виды толстовок с капюшоном. Следует также отметить, что слово *sweats à capuche* заменяется на некоторых товарах английским словом *hoodi*. По внешнему виду кофты идентичны, слова просто являются взаимозаменяемыми. Различия в спортивных кофтах обозначаются дополнительными определительными словами: на замочке, с карманами, длинная и так далее.

В русском магазине категория «уличной» одежды называется «*свитшоты и худи*» и товары в ней называются соответственно: *худи*, *толстовка*, *свитшот*, *олимпийка*. Определительные слова в наименованиях товаров чаще всего отсутствуют, так как каждый вид спортивных кофт имеет своё название, и в словарях имеет чёткое определение. Определение слова *свитшот* совпадает с французским *sweatshirt*, так как было заимствовано из английского языка. Совершенно новое понятие для французов — русское слово *толстовка*. Толстовка является спортивной рубашкой, которая выполнена из плотной, утолщённой трикотажной ткани и имеет капюшон с молнией. Данное слово появилось в русском языке в конце XIX века и первоначально представляла собой широкую длинную мужскую рубашку, по образцу тех, что любил носить русский писатель Лев Николаевич Толстой. Товары с названием *худи* представляют собой удлинённые объёмные толстовки с капюшоном, которые имеют шнурок на горловине и сквозной карман (карман-кенгуру). Само слово происходит от английского слова *hood* (капюшон), а впервые название *худи* использовалось в российских масс-медиа только в 2007 году. Ещё один вид спортивных кофт, представленных в каталоге — это *олимпийка*. Олимпийка перешла в повседневный элемент одежды из экипировки спортсменов и представляет собой лёгкую спортивную кофту с молнией, манжетами и воротником-стойкой [Кузнецов URL]. Происхождение названия олимпийки связано с Олимпиадой 1980-го года, так как именно к этому важному событию был создан такой вид спортивной кофты. Необходимо заметить, что в разговорной речи русские могут назвать любую спортивную кофту *спортивкой*.

Таким образом, в лексике русского языка можно найти больше названий спортивных элементов одежды, чем во французской лексике. Лексико-семантическая система русского языка содержит два заимствованных слова (*толстовка*, *олимпийка*), указывая на то, что в России спорт играет большую роль в жизни людей и является одним из элементов российской культуры. Так, на русском сайте продавец не даёт товару определённое описание, так как уверен в осведомлённости покупателей в названиях спортивных товаров. Французам же не свойственна любовь к занятиям спортом, они предпочитают с энтузиазмом говорить о пользе физических нагрузок или обсуждать спортивные события, а не вести активный образ жизни.

Следующей рассматриваемой категорией являются трикотажные вещи. Во французском магазине раздел *«gilets et pulls»* имеет такие подразделы как: *«gilets»*, *«pulls»*, *«ponchons»*, *«pulls col roulés»*. В разделе *«gilets»* мы можем найти трикотажные кофты на пуговицах. Слово *gilet* имеет французское происхождение. Такой предмет одежды как *пончо* представляет собой традиционную вязаную кофту индейцев в форме прямоугольного отрезка ткани, по середине которого имеется отверстие для головы. Само слово *poncho* пришло из испанского языка. В разделе *«pulls»*, в котором представлены одноимённые изделия, мы видим не только трикотажные кофты, которые в русском языке мы именуем как свитера, джемперы и пуловеры, но также и жилеты с названием *gilets sans manches*. Виды кофт определяются с помощью прилагательных. В разделе *«pulls col roulés»* представлены вязаные кофты с длинным воротом, которые по-русски называются водолазками. Слово *pull* является заимствованным из английского языка, а французское слово *chandail*, которое означает свитер, не было найдено ни в одном из разделов, следовательно, данное слово является устаревшим.

В русском онлайн-магазине категория, посвящённая тёплым вязанным вещам, называется *«трикотаж»* и состоит из пяти следующих разделов: *«трикотаж»*, *«кардиганы»*, *«джемперы»*, *«пончо»*, *«водолазки»*. Раздел *«трикотаж»* содержит в себе все трикотажные изделия магазина, включая *жилеты*. В этой категории был найдена вещь с интересным названием *шраг* или *трикотажные нарукавники*, что представляет из себя вязанный свитер с высоким горлом, не прикрывающий тело. На французском сайте эта вещь именуется *manchons en maille*. Раздел *«водолазки»* имеет в ассортименте предмет одежды с названием русского происхождения, который можно описать как тонкий обтягивающий свитер с высоким воротом. Раздел *«кардиганы»* включает в себя вязаные кофты, которые застёгиваются на пуговицы. Раздел *«джемперы»* содержит товары с английскими названиями *пуловер*, *джемпер*, *свитер*. Пуловер представляет собой разновидность свитера тонкой вязки, который характеризуется V-образным вырезом спереди, в свою очередь джемпер

имеет круглый вырез. Свитер же можно описать как вязаное, объёмное изделие с воротником. Отмечено, что количество названий изделий данной категории в русском магазине преобладают над французскими. Таким образом, можно сказать, что данный факт также отражает климатические условия России, а товары данной категории пользуются большой популярностью у покупателей этой страны.

На следующем этапе исследования рассматривалась категория рубашек. Во французском онлайн-магазине категория рубашек поделена на пять разделов: «*chemisiers*», «*blouses*», «*tuniques*», «*off-shoulder*», «*chemises en Jean Femme*». В разделе «*chemisiers*» найдены следующие названия рубашек: *chemise*, *surchemise*, *chemise réplum*. Рубашки называются здесь как *chemise*, хотя в словарях *chemise* определяется как «мужская одежда, покрывающая верхнюю часть тела, с рукавами, пуговицами и воротником» [Guillemard 1991: 122]. Изначально словом *chemise* обозначалась только мужская одежда, впоследствии этим словом стали называть и офисную женскую кофту. Словом *chemisier* именуются женские рубашки, кокетливого, элегантного стиля. Отличить женскую рубашку от мужской можно расположением пуговиц, на мужской рубашке (*une chemise*) пуговицы пришиты с правой стороны, а на женской рубашке (*un chemisier*) они пришиты с противоположной стороны.

Кофта с названием *surchemise* представляет собой плотную длинную рубашку, которую носят в качестве верхней одежды. *Chemise réplum* – это рубашка с баской, с оборкой. В разделе «*blouses*» можно найти разные модели блузок. *Blouse cache-cœur* на русском языке имеет название *блузка с запахом*, однако в дословном переводе это будет звучать как *блузка-тайник*. Модель *blouse smockée* на русском имеет название *блузка со сборкой*, а модель *la chemise bucheron* представляет собой клетчатую рубашку, в то время как дословный перевод будет звучать как *рубашка дровосека*. В разделе с английским названием «*off-shoulder*» кофты имеют французское название *blouse épaules dénudées*.

На русском сайте разделы данной категории соответствуют французским разделам: «*рубашки*», «*блузки*», «*туники*», «*off-shoulder*», «*джинсовые рубашки*». Стоит отметить, что слово *рубашка* имеет русское происхождение, а слово *блузка* происходит от французского *blouse*. Блузка представляет собой женскую нарядную рубашку из лёгких тканей, которая может иметь декор в виде воланов, рюш и прочего. В следующем разделе «*туники*» можно найти удлинённые блузки прямого покроя, которые не заправляются в брюки, а носят поверх них. Само слово *туника* является словом французского происхождения *tunique* [Епишкин 2017: 345]. В разделе с английским названием «*off-shoulder*» кофты именуются как блузки с открытыми плечами.

Таким образом, в категории рубашек во французском онлайн-магазине нет ни одного заимствованного слова. В русском же магазине

присутствуют заимствованные слова, кроме слова *рубашка*, которое раньше обозначало повседневный элемент одежды. Кроме того, названия моделей являются не описательными, а метафоричными. Ещё одним интересным фактом является наличие во французском языке двух названий рубашек в зависимости от половой принадлежности. Такое обилие вариантов наименований рубашек во французском языке может быть объяснено любовью французов к светским мероприятиям.

Последней анализируемой категорией являются летние изделия. На французской странице магазина в категории «*tops*» находится 6 разделов. В разделе «*tops sans manches*» можно найти такие названия одежды как *débardeur*, *caraco*, *crop top*, *top*. Первые два слова имеют французское происхождения. Товары с названием *débardeur* представляют собой футболки без рукавов, а элемент одежды с наименованием *caraco* можно определить как верхнюю часть нижнего белья на бретельках. Товары *crop top*, *top* с названиями, заимствованными с английского языка, напоминают короткие футболки с рукавами или без, однако *crop top* является более коротким, оголяющим живот. В разделах «*tops manches courtes*», «*T-shirts*», «*T-shirts imprimés*» в названии одежды используется английское слово *T-shirt*, которое определяется как лёгкая тонкая рубашка с круглым вырезом и короткими рукавами. В разделах «*polo*», «*manches longs*» и «*bodies*» встречаются одноимённые названия одежды, а разделе «*manches longs*» находятся футболки с длинными рукавами. Товары с наименованием английского происхождения *polo* представляют собой футболки с короткими рукавами, воротничком и застёжкой на пару пуговиц. В разделе с английским названием «*bodies*» можно найти майки, застегивающиеся в паховой области на кнопки и напоминающие слитный купальник. Необходимо подчеркнуть тот факт, что во французском языке существует большое количество названий видов летней одежды, которые не используются на страницах представленного онлайн-магазина. Такие слова как *Henley*, *marcel*, *tricot de corps*, *maillot*, *camisole*, *bustier* также обозначают типы футболок и являются либо устаревшими словами, либо представлены в других онлайн-магазинах.

В русском магазине в разделе «*топы*» мы встречаем слова *майка*, *топ*. Товары с наименованием *майка* представляют собой футболку без рукавов, с большим вырезом горловины, с толстыми лямками, в то время как вещи с названием *топ* представлены с тонкими лямками. Во французском магазине такого различия в названиях по данному признаку не существует. На страницах русского магазина можно найти такие модели топов как: *топ-бандо*, другими словами, верх без бретелей; *корсет*, говоря иначе, топ со шнуровкой для придания желаемого силуэта; *бюстье*, иными словами, укороченный топ на тонких лямках; *топ-труба* или облегающий топ без бретелей в форме трубы; *бралетт* или бюстгалтер, декорированный кружевом, используемый в качестве самостоятельного элемента одежды. В

разговорной речи русские используют названия следующих моделей топов: *майка-алкоголичка*, *борцовка*, *тельняшка*. В разделе «с длинными рукавами» можно найти английское название *лонгслив*. В разделе «к Crop-топы» используется только название *укороченный топ*. А в разделах «поло» «боди», «футболки», «футболки с принтами» названия одежды соответствуют названиям разделов и совпадают с французскими товарами. Стоит отметить, что для футболок *поло* в разговорной речи русские иногда используют название *тенниска*.

Таким образом, сравнительный анализ названий одежды во французском и русском онлайн-магазинах позволяет сказать, что в русском языке спектр названий этой сферы шире, чем во французском языке. Каждый вид одежды, каждая модель имеет своё определённое название, а использование всего спектра этих наименований в интернет-магазине говорит об осведомлённости основных групп покупателей относительно этих элементов одежды. Результаты анализа материалов двух сайтов показали, что заимствования в названиях одежды присутствуют как в русском, так и во французском языке. В основном, в каталогах присутствуют англицизмы и американизмы, которые пользуются популярностью. Однако, так как языковая политика Франции ориентирована на поддержку французского языка, то даже на сайте магазина одежды чаще можно встретить французские наименования вещей. К тому же французские заимствования распространены в русском языке, так как долгий период Франция являлась центром мировой моды [Белица 2003: 16]. Так, заимствования в виде наименований одежды часто используются в русском языке ввиду вовлечения России в мировую индустрию моды. Выявлено, что различия в названиях элементов одежды в разных странах объясняется либо культурными особенностями страны, либо её климатическими условиями. Таким образом, лексика сферы одежды действительно может служить одним из средств изучения конкретной культуры.

ЛИТЕРАТУРА

Белица Т. И. Проблема освоения и лексикографического описания французских лексических заимствований в русском языке: на материале денотативной сферы «Модные реалии»: дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2003. 284 с.

Воркачев С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании // Филологические науки. 2001. № 1. С. 64-72.

Епишкин Н.И. Исторический словарь французской моды в России. Москва: Епишкин Н.И., 2017. 728 с.

Кузнецов С. А. Большой толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. URL: <https://gufo.me/dict/kuznetsov/> (дата обращения: 20.03.21).

Николаева Е. В., Юрина Т. Н. Русская и французская мода: кросскультурный анализ концептосферы "одежда"/"habilleme nt". Москва: РИО МГУДТ, 2014. 135 с.

Guillemard Colette. Les mots du costume. Belin. 1991. 349 p.

ИСТОЧНИКИ ПРИМЕРОВ

Интернет-магазин одежды H&M Russia [Электронный ресурс]. URL: https://www2.hm.com/ru_ru/index.html (дата обращения: 20.03.21).

Интернет-магазин одежды H&M France [Электронный ресурс]. URL: https://www2.hm.com/fr_fr/index.html (дата обращения: 20.03.21).