



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САМАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Ка ф е д р а «Гуманитарные науки»

М. А. ШАФИЕВА

**ЛЕКСИКО-ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОЕ ПОЛЕ
И ЕГО ХАРАКТЕРИСТИКИ
В СФЕРЕ ПЕРЕВОДА**

Самара
Самарский государственный технический университет
2016

Печатается по решению редакционно-издательского совета СамГТУ

УДК 811.11-112

М. А. Шафиева; **Лингвистические и семиокультурные характеристики английского лексико-фразеологического поля «одежда: монография/М. А. Шафиева** - Самара: Самарский гос. техн. ун-т., 2016. 154 с. Ил.

ISBN 978-5-7964-1922-9

Книга посвящена проблеме лингвистические особенности членов лексико-фразеологического поля «Одежда» поля в грамматическом, словообразовательном, этимологическом, лексико-фразеологическом аспектах. Показано, что данный код занимает одно из центральных мест в системе английских культурных кодов; описаны его основные характеристики. В качестве материала исследования послужили лексические единицы тематической группы «Одежда», которая широко представлена в английском языке с привлечением некоторого количества данных русского языка. Корпус проанализированного языкового материала насчитывает около 1800 единиц (в основном его составили отдельные лексемы и фразеологизмы, связанные единой тематикой). Кроме того, был собран и исследован корпус текстовых примеров общим объемом около 130 единиц из художественной литературы, журнальных статей, Интернет-сайтов. С помощью метода, представленного в работе возможен анализ других лексических и фразеологических полей. Для преподавателей, магистров, бакалавров и научных работников, интересующихся проблемами лингвистики.

УДК 811.11-112

Рецензенты: зам. директора СФ ФГБОУ ВО «СГЭУ»
доцент, к.ф.н. *Большакова Л. С.*;

доцент кафедры иностранных языков ВУНЦ ВВС «ВВА»
(филиал в г. Сызрань) к.ф.н. *Юсупова Т. С.*

ISBN 978-5-7964-1922-9

© М. А. Шафиева, 2016

© Самарский государственный
технический университет, 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
Глава 1. ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛИЙСКОГО ЛЕКСИКО-ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОГО ПОЛЯ «ОДЕЖДА»	7
1.1. Пулевое описание языка	7
1.2. Основные когнитивные категории, используемые при описании семантики и прагматики лексико-фразеологического поля	12
1.3. Структура английского лексико-фразеологического поля «Одежда»	20
1.4. Морфологические и словообразовательные особенности англоязычных наименований одежды	27
1.5. Стилистические особенности англоязычных наименований одежды.....	37
1.6. Английские наименования одежды в аспекте билингвизма.....	41
1.7. Структурные и семантические нарушения в речи русскоязычных билингвов	48
Глава 2. ЛИНГВОСТРАНОВЕДЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛИЙСКОГО ЛЕКСИКО-ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОГО ПОЛЯ «ОДЕЖДА»	58
2.1. Лингвострановедческий анализ лексики и фразеологии	58
2.2. Этноспецифика англоязычных наименований одежды с точки зрения лингвострановедения	63
2.3. Культурно-исторические истоки англоязычной номинации одежды..	78
Глава 3. СЕМИОКУЛЬТУРНЫЕ И ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛИЙСКОГО ЛЕКСИКО-ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОГО ПОЛЯ «ОДЕЖДА».....	86
3.1. Знаковая природа языка и культуры	86
3.2. Культурные и лингвокультурные коды	90
3.3. Экспансия культурных кодов в естественный язык	101
3.4. Семиокультурный аспект анализа английского лексико-фразеологического поля «Одежда».....	104
3.5. Символика наименований одежды в английской лингвокультуре...	114
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	124
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	127
ПРИЛОЖЕНИЕ	142

ВВЕДЕНИЕ

Настоящая работа посвящена комплексному анализу английского лексико-фразеологического поля «Одежда» под углами зрения собственно лингвистики, лингвострановедения, лингвосемиотики и лингвокультурологии.

Актуальность такого подхода (и исследования в целом) обусловлена тем, что лингвокультурологическая область «Одежда» недостаточно исследована с позиций теории знаков как коммуникативная система, имеющая утилитарный и символический аспекты. Национальные культуры различны, чтобы взаимодействовать легко и беспрепятственно. В современном мире, в котором невозможно обойтись без межкультурного общения на самых разных уровнях – от межличностного до межнационального, любому человеку, вовлеченному в межкультурную коммуникацию и заинтересованному в ее эффективности, может помочь представление о культурном многообразии мира, отражающее наиболее характерные признаки той или иной культуры. Одежда, несомненно, является частью этнокультуры, и ее утилитарное и символическое использование в рамках этнокультуры зафиксировано в языковых формах, требующих пристального исследования с вышеперечисленных позиций.

Объектом исследования стало английское лексико-фразеологическое поле «Одежда», а предметом – его лингвистические, лингвострановедческие, лингвосемиотические и лингвокультурные характеристики в их взаимосвязи.

Цель исследования состоит в создании комплексного описания структурно-семантических и функциональных свойств английского лексико-фразеологического поля «Одежда». Поставленная цель обусловила необходимость решения ряда задач:

- обосновать объединение лингвокультурного (лингвоконцептологического) и лингвосемиотического подходов к анализу лексико-фразеологического поля;
- описать лексико-семантические и морфосинтаксические особенности лексико-фразеологического поля «Одежда»;
- выявить отклонения от идиоэтноизма речевого употребления наименований одежды в неаутентичной речи русскоязычных билингвов;
- установить лингвострановедческие особенности английских названий одежды;
- выявить лингвокультурные свойства английского лексико-фразеологического поля «Одежда»;
- описать специфику английского лингвокультурного кода «Одежда».

Научная новизна проведенного исследования состоит в том, что в нем

выявлен и описан комплекс собственно языковых, лингвострановедческих, лингвосемиотических, лингвокультурологических, культурно-семиотических характеристик английской тематической области «Одежда», представленной с лингвистических позиций как лексико-фразеологическое поле, а с позиций теории знаков – как лингвокультурный код. Выявлены лингвистические особенности членов поля в грамматическом, словообразовательном, этимологическом, лексико-фразеологическом аспектах. Показано, что данный код занимает одно из центральных мест в системе английских культурных кодов; описаны его основные характеристики.

В качестве материала исследования послужили данные английского языка, выбранные из специальных словарей и справочников английского языка, с привлечением некоторого количества данных русского языка. Корпус проанализированного языкового материала насчитывает около 1800 единиц (в основном его составили отдельные лексемы и фразеологизмы, связанные единой тематикой). Кроме того, был собран и исследован корпус текстовых примеров общим объемом около 130 единиц из художественной литературы, журнальных статей, Интернет-сайтов.

Теоретической базой исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых в области лексической семантики, словообразования, теории метафоры, лингвострановедения, лингвокультурологии, семиотики культуры.

Инструментарий исследования составили следующие методы и методики: этимологический анализ, анализ словарных дефиниций лексем, морфологический и стилистический анализ, межъязыковое сопоставление, лингвострановедческий и лингвокультурологический анализ, компонентный анализ лексических значений.

Теоретическая значимость работы заключается в том, что она вносит вклад в развитие лингвосемиотического подхода к анализу лексико-фразеологических полей, а также в дальнейшую разработку проблематики применения теории кода к языковым объектам.

Практическая ценность работы состоит в том, что ее результаты могут найти применение в лекционных курсах английской лексикологии, общему языкознанию, стилистике английского языка, спецкурсах по лингвострановедению, английской фразеологии, семиотике культуры, при руководстве подготовкой курсовых и дипломных работ, докладов и рефератов в рамках НИРС. Кроме того, на основе собранных материалов может быть разработано справочное пособие по англоязычным наименованиям одежды.

В работе описаны следующие положения:

1. Система лингвокультурных концептов, объединенных общей темой, образует концептуальное поле, а система их языковых десигнаторов – лексико-фразеологическое поле; эти поля соотносятся как план содержания и план выражения единого лингвокультурного поля.

2. Английское лексико-фразеологическое поле «Одежда» имеет сложную структуру, в которой вычленяется ряд срезов по разным таксономическим основаниям: деление на ядро и периферию, гиперо-гипонимическая иерархия, деление на безэквивалентную и неспецифическую лексику и фразеологию, функционально- и нормативно-стилистическая стратификация членов поля.

3. В образовании членов рассматриваемого поля главенствующую роль играют словосложение и создание субстантивных словосочетаний; преобладают двухкомпонентные сложные слова и такие же словосочетания, что говорит о достаточности двух семантических признаков для идентификации и дифференциации денотатов в данной тематической области. Между корпусом сложных слов и корпусом словосочетаний нет отчетливой границы в силу сходства их лингвистических характеристик.

4. Нарушения идиоэтнолизма речевого употребления английских названий одежды в неаутентичной речи русскоязычных билингвов состоят: а) в неверной семантизации наименований одежды; б) в их неверном референтном соотношении; в) в приписывании английским наименованиям одежды значений их русских эквивалентов; г) в ненормативном употреблении английских наименований одежды в тех значениях, которых нет у их русских эквивалентов; д) в ненормативном сочетании английских наименований одежды с другими словами.

5. С лингвосемиотических позиций английское лексико-фразеологическое поле предстает как лингвокультурный код, который состоит из знаков социального символизма, подразделяемых на эмблематические и собственно символические.

6. Английский лингвокультурный код «Одежда» символизирует следующие характеристики носителей одежды: их социальный статус, социальные роли, образовательный и культурный уровень, национальную принадлежность, религиозную и идейную корпоративность, индивидуально-личностные черты.

Глава 1. ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛИЙСКОГО ЛЕКСИКО-ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОГО ПОЛЯ «ОДЕЖДА»

Поскольку объект нашего исследования, в целях его разностороннего описания и создания его объемной картины, рассматривается в рамках настоящей работы в трех аспектах – собственно лингвистическом, лингвострановедческом и лингвосоциокультурологическом – обзорная часть работы разделена на три части. Каждая из них выполняет задачу теоретического обоснования того или иного аспекта. Общетеоретические вопросы, касающиеся соответствующего аспекта, обсуждаются в начале каждой главы.

Начнем с собственно лингвистического аспекта.

1.1. Полевое описание языка

В ряду лингвистических направлений, прямо связанных с темой настоящего исследования, следует отметить полевое описание языка. Понятие “поле” в контексте языковедческих изысканий определяется как “совокупность языковых (главным образом лексических) единиц, объединенных общностью содержания (иногда также общностью формальных показателей) и отображающих понятийное, предметное или функциональное сходство обозначаемых явлений” [Кузнецов 1990: 380]. (См. также [Беляева 1985].) Это понятие входит в состав понятийной системы, носящей наименование “пространственная метафора”, и стоит в одном ряду с понятиями “окрестность”, “семантическое расстояние”, “*n*-мерное пространство языка”, “близость / удаленность языковых объектов (по тем или иным показателям)” и т.п. На полевое строение парадигмы лингвистических знаков обращали внимание еще языковеды XIX столетия (М.М.Покровский и др.). Впоследствии это понятие использовалось при составлении идеографических словарей (Ф.Дорнзайф, П.Роже, Р.Халлиг и др.). Первое теоретическое обоснование понятия “семантическое поле” было введено Й.Триром и развито Г.Ипсенем. Теорию поля в лингвистике разрабатывали ведущие отечественные и зарубежные исследователи ([Уфимцева 1961], [Щур 1974], [Караулов 1976], [Кузнецов 1980], [Беляева 1985], [Porzig 1934], [Lakoff 1986], [Thorndyke 1977] и др.). Одной из основных категорий теории поля в лингвистике стало понятие “интегральный семантический признак”, которое обозначает сему, имеющуюся

в значении каждого члена поля и выражаемую словом с наиболее общим значением. Будучи интегральным по отношению к членам поля, такой признак выступает как дифференциальный по отношению к смежным полям. Весь лексико-фразеологический фонд языка образует универсальное поле (гиперполе), которое членится на подчиненные поля, а те, в свою очередь, – на еще более мелкие поля и т.д. вплоть до микрополей. Таким образом, лексико-фразеологический фонд языка имеет иерархическую структуру.

Внутри семантического поля существуют разнообразные системные связи (генетические, деривационные, так называемые связи взаимодействия и др.), превращающие поле в ту «семантическую сетку», которая, согласно учению Ф. де Соссюра, Э.Сепира и других лингвистов XX века, опосредует взгляд носителя языка на экстралингвистическую реальность.

Упомянутые «сетки» в разных языках не полностью совпадают по структуре, а в генетически и культурно-исторически удаленных друг от друга языках они значительно различаются. Эта мысль лежит в основе известного высказывания Э.Сепира: «Every language slices the pie of reality in its own whimsical way».

Основными характеристиками семантического поля являются его включенность в иерархию, системность строения, взаимообусловленность его членов, относительная автономность в составе иерархии, диалектика континуальности и дискретности его внутреннего пространства, психологическая реальность, а также, по Ч.Филлмору, наличие когнитивного субстрата, описываемого в виде фрейма [Филлмор 1988].

По характеру языковых десигнаторов семантических единиц поля подразделяются на лексико-семантические, фразеосемантические, морфосинтаксические, грамматические. По характеру связей между членами поля психолингвисты выделяют ассоциативные поля. В качестве полей или микрополей могут рассматриваться морфологические парадигмы слов, синонимические ряды, тезаурусные тематические группы слов (например, терминосистемы) и т.п. Близость группы языковых единиц, выделяемой по определенному интегральному признаку, к психолингвистической реальности определяет ее отнесение к числу так называемых естественных классов.

Пулевой подход к лексико-фразеологическому фонду языка позволяет рассматривать языковую семантику на гиперлексическом уровне, то есть не на уровне отдельных лексических и фразеологических значений, а на уровне групп номинативных единиц. С этих позиций значения языковых единиц, входящих в поле, предстают как модификации общеполевого значения.

Семный состав и строение («конфигурация») лексического значения слова определяется соседством слова с другими словами в составе поля, а также той ячейкой, которую его значение занимает во фрейме поля. В этом проявляется системный характер языкового отражения действительности.

С позиций теории отражения система семантических полей предстает как языковая картина мира, которая соотнесена с когнитивной картиной мира, складывающейся из концептуальных полей, организованных в форме «конфигураций памяти», гештальтов, фреймов, сценариев и иных структур, упорядочивающих коллективное знание о мире.

У языковых единиц в составе поля имеется определенная «программа» функционирования, которая предопределена самой их сущностью. Лексические единицы конституируют сетевые ячейки семантического пространства языка. Каждая единица лексики через множество ассоциативных переходов соотносится с любой другой языковой единицей. Лексика образует более или менее гомогенное целое с зонами большей или меньшей степени семантической непрерывности, которые чередуются между собой в определенном порядке. Составные наименования (устойчивые словосочетания), тоже входящие в поле, заполняют лакуны в лексической системе языка, поскольку большинство из них не имеет точных лексических синонимов. Следует отметить, что в нашей работе термин *фразеологический* употребляется в широком смысле – для обозначения не только фразеологизмов в строгом значении этого слова, но и всех фразовых номинаторов, входящих в состав поля. Наряду с собственно фразеологизмами к ним относятся фразеоматизмы и устойчивые словосочетания с буквальным значением. Опираясь на концепцию, изложенную в работах [Савицкий, Кулаева 2004], [Савицкий 2006], определим, какие именно фразовые (т.е. являющиеся устойчивыми словосочетаниями или высказываниями) языковые единицы входят в изученный нами языковой материал наряду с лексическим материалом.

Фразеологизмы – фразовые языковые единицы с переносным (метафорическим или метонимическим) значением. Переносный характер фразеологического значения подразумевает, что буквальное и фигуральное значения языковой единицы внеположены (т.е. не совпадают по объему). В качестве примеров можно привести метафорический фразеологизм *pork pie*, обозначающий круглую шляпу с высокой тульей и загнутыми кверху полями (множество пирогов со свиной и множество таких шляп внеположены, они не имеют ни одного общего члена), и метонимический фразеологизм *Tam O'Shanter*, обозначающий вид шотландского берета (в данном случае объемы буквального

и фигурального значений тоже внеположены). К числу фразеологизмов мы вслед за А.В.Куниным [Кунин 1972] относим и образные пословицы, ибо они отвечают определению фразеологизма.

Фразеоматизмы – фразовые языковые единицы, имеющие не буквальное, но и не переносное, а суженное, расширенное или сдвинутое (по объему) значение. Например, устойчивым словосочетанием *drape suit* обозначают не всякий драповый костюм, а только костюм определенного покроя – с очень длинным пиджаком и узкими брюками, бывший в моде в 40-х – 50-х годах XX века. Это фразеоматизм с суженным (по объему) значением.

Устойчивые словосочетания с буквальным значением обозначают именно то, что подразумевает их внутренняя форма; их значения не транспонированы. Например, словосочетание *fur coat* обозначает именно пальто из меха, т.е. шубу. Но даже у таких сочетаний в значениях зачастую имеется некоторая доля приращенного смысла. Например, *jockey cap* – это действительно жокейское кепи, но из значений лексических компонентов этого словосочетания невозможно вывести, какой у этого головного убора фасон. Эти сведения и составляют приращенный смысл данного наименования.

Этническое своеобразие семантики лексико-фразеологических полей проявляется в разных аспектах. В одном случае предметная область носит универсальный (межэтнический) характер, и специфика проявляется в особенностях осмысления предметной области, ее отражения в сознании, ее рациональной и эмотивной оценки. Обращаясь к одной и той же предметной области, англичане и русские несколько по-разному мысленно делят ее на части, по-разному категоризируют ее фрагменты, по-разному переосмысливают их. Это своеобразие прослеживается в семантическом (сигнификативном) и прагматическом (коннотативном) аспектах. В другом случае этноспецифика обнаруживается в сигматическом (денотативном) аспекте. В этом случае сама предметная область (сфера внеязыковой реальности) отмечена чертами национального своеобразия, что обуславливает безэквивалентность / неполную межъязыковую эквивалентность слов и устойчивых оборотов, входящих в состав поля, а значит, и специфику семантики и прагматики такого рода языковых единиц.

Лексико-фразеологическое поле представляет собой языковую подсистему, образуемую комплексом содержательных оппозиций, подчиненных общему (инвариантному) содержанию. Кроме парадигматических отношений, структура семантического поля может включать также эпидигматические и синтагматические отношения, однако парадигматика

образует доминирующий тип отношений в лексико-фразеологическом поле. Универсальность некоторых признаков пулевой организации лексикона общепризнана. Поле образует участок лексико-фразеологического фонда языка.

Большинство исследований, посвященных различным типам семантических связей лексических единиц, соотносится с проблематикой семантических полей. Существует множество обзорных трудов, связанных с этой темой. Рамки настоящего исследования не позволяют подробно остановиться на проблематике семантических полей. Вместе с тем представляется необходимым коснуться двух вопросов, один из которых имеет непосредственное отношение к эмпирической части настоящей работы, а второй касается статуса семантического поля в свете языковой модели мира.

Объектом нашего исследования служит такой вид семантического поля, который условно можно назвать тематической группой лексики и фразеологии. Тематические группы, определяемые обычно как объединения слов и словосочетаний, связанные общей темой – например, наименования мебели, кухонной посуды, одежды и т.д., – долгое время оставались на периферии семасиологических исследований в силу кажущегося отсутствия в них системных языковых связей. Ошибочность такого взгляда становится очевидной в результате конкретных эмпирических исследований, из которых следует, что семантические отношения характеризуют единицы любых тематических групп, различаясь лишь мерой структурированности.

Выделяются три признака, отличающих отношения между единицами тематической группы денотативного типа от единиц лексико-семантической группы сигнификативного типа:

1) Отсутствие или малая представленность синонимии. Как правило, каждый объект, входящий в данную предметную область, имеет только одно наименование, хотя не исключено появление стилистических синонимов (например, у названия *tail-coat* “фрак” со временем возник шуточный синоним *claw-hammer coat*, букв. “гвоздодёр”).

2) Специфическое проявление антонимии. Так, хотя прилагательные *formal* и *casual* являются антонимами, субстантивные словосочетания *formal dress* и *casual dress* вряд ли можно считать антонимичными; это просто наименования разных видов одежды. Названия материальных предметов с трудом подпадают под определение антонимии.

3) Широкая представленность и строгая логическая структурированность гиперо-гипонимических отношений между членами поля. Они отражают классификацию объектов, составляющих данную предметную область.

Эти признаки в определенной мере характеризуют тематическую группу, однако их не всегда можно использовать в качестве четких критериев разграничения денотативных и сигнификативных полей.

Тематическая группа представляет собой лексическое объединение слов по денотативному признаку. Именно денотативная отнесенность и принадлежность всех ее членов к одной части речи отличает тематическую группу от всех остальных лексических группировок. И если лексико-семантические группы слов состоят из родственных по смыслу единиц, то в тематической группе связи между членами определяются, прежде всего, связями между самими предметами и явлениями действительности, которые обозначаются членами тематической группы слов.

Таким образом, парадигматические отношения между лексическими единицами тематической группы являются зеркальным отражением отношений между явлениями окружающей действительности. Особенно ярко такая экстралингвистическая обусловленность отношений выражена в блоках конкретно-предметной лексики, к которой, в частности, относится тематическая группа «Одежда».

Таков комплекс фундаментальных теоретических предпосылок, лежащих в основе нашего исследования и составляющих его методологический инструментарий.

1.2. Основные когнитивные категории, используемые при описании семантики и прагматики лексико-фразеологического поля

При описании полевого строения языка, а также при решении ряда других задач, находящихся в русле когнитивной лингвистики, учеными применяются фундаментальные категории, отражающие основные единицы плана содержания коммуникативного процесса. Прежде чем непосредственно приступить к анализу семантического поля «Одежда», представляется необходимым рассмотреть некоторые важные элементы методологического инструментария, относящиеся к числу вышеупомянутых категорий.

Старейшей из них является категория “понятие”, возникшая в рамках логики и применяемая в языкознании в целях логического анализа лингвистической семантики. Понятие определяется как «мысль, фиксирующая признаки отображаемых в ней предметов и явлений, позволяющие отличать эти предметы и явления от смежных с ними» [Горский и др. 1991: 150]; «одна из

основных познавательных форм, ... основа интеллектуальной деятельности», отличающаяся «от форм чувственного отражения действительности ... высокой степенью абстрактности» [Свинцов 1987: 34 – 35]; «мысль, отражающая в обобщенной форме предметы и явления действительности посредством фиксации их свойств и отношений» [Степанов 1990: 383 – 384]; «одна из форм абстрактного мышления ...; в понятии ... отражаются лишь существенные признаки предметов» [Гетманова 1986: 25]. В приведенных и многих других определениях понятия отражены такие его свойства, как системность, обобщенность (абстрактность), наличие лишь существенных (категориальных), а не второстепенных, не эмотивных и не оценочных сем, четкая структурированность признакового состава, принадлежность к рационально-логическому мышлению. Понятие интернационально, оно не характеризуется жесткой привязанностью к какому-либо одному слову или словосочетанию одного этноязыка. Его отношение к языковой семантике носит лишь косвенный характер; система понятий и система языковых значений относительно автономны друг от друга.

Признаки, конституирующие понятие, выступают в качестве дифференциальных по отношению к смежным классам объектов. В состав понятия не входят такие признаки, которые характеризуют не все, а лишь некоторые объекты данного класса. С разных точек зрения, признаки, входящие в состав понятия, называются универсальными, понятиеобразующими, существенными, категориальными, интенциональными, но общая идея, заключенная в значениях этих терминов, состоит в том, что признаковый состав понятия (называемый также содержанием понятия, или сигнификатом) включает лишь признаки, присущие всем тем и только тем объектам, которые входят в данный класс (называемый также объемом понятия, или денотатом). «В понятии отражается совокупность существенных признаков, т.е. таких, каждый из которых, взятый отдельно, необходим, а все вместе взятые достаточны, чтобы с их помощью можно было отличить данный класс предметов от всех остальных» [Гетманова 1986: 25 – 26].

Понятия разных уровней абстракции состоят в родо-видовых отношениях друг с другом.

Сказанное выше важно в свете решаемых в нашей работе исследовательских задач. Дело в том, что в процессе отражения действительности человек оперирует не только понятиями в строгом смысле этого слова. Е.М.Верещагин и В.Г.Костомаров, наряду с собственно понятием (которое они называют логическим), используют также категорию

“эйдетическое понятие” (греч. *eidōs* “образ”), под которой они понимают единицу смысла, включающую некоторый чувственный элемент [Верещагин, Костомаров 1982]. Эйдетическое понятие близко к **представлению** в понимании В.И.Свинцова, которое он характеризует как «форму, пограничную между чувственным познанием и мышлением, как предпонятие» [Свинцов 1987: 35]. Как и логическое понятие, оно «возникает при отсутствии непосредственного контакта с отражаемым объектом» [там же: 34], в отличие от форм чувственного познания (ощущения, восприятия), представляющих собой результат прямого сенсорного контакта с объектом и не носящих обобщающего характера. О коллективных представлениях писал также Ю.Д.Апресян, полагавший, что от собственно понятий они отличаются наличием коннотаций, которые этот автор трактует весьма широко. По Ю.Д.Апресяну, в коллективном сознании понятие (набор существенных признаков) обростает «несущественными, но устойчивыми признаками», носящими «ассоциативный характер и связанными с отношением субъекта к объекту, с прагматической оценкой объекта» [Апресян 1995: 159 – 160]. Эти «дополнительные» признаки указанный исследователь назвал коннотациями. В качестве примера он привел понятие “петух”, состоящее из категориальных признаков [самец] [курицы]; обростая коннотациями [задиристый], [поющий рано поутру], [имеющий горделивую походку] и т.п., оно переходит в коллективное представление о петухе, которое отличается от соответствующего понятия наличием чувственного компонента и некоторой долей оценочности. Это не только мыслительная конструкция, но и обобщенный сенсорный образ объекта действительности (называемого также реалией).

В этой связи В.М.Савицкий отметил: «Одна или несколько сторон реалии оказываются материально-практически или духовно значимыми для человека; на этой основе строятся аксиологические характеристики реалий. Реалии оцениваются как полезные или вредные, опасные или безопасные, приятные или неприятные прекрасные или безобразные и т.д. ... Значимость ложится в основу значения; тот или иной аспект реалии, вкуче с его аксиологической характеристикой, становится знакообразующим фактором» [Савицкий 1993а: 117 – 118]. Оперирование когнитивными единицами, совмещающими в себе рациональный и сенсорный компоненты, – эффективный инструмент осмысления действительности, которое «для решения своих задач нуждается не только в линейной и дискретной ..., но и в многомерной аналоговой ... семиотической системе» [Шалютин 1985: 66].

Когнитивные единицы можно расположить на шкале по соотношению рационального и сенсорного компонентов: от ощущений на одном полюсе до логических понятий на другом. Между ними располагаются перцептивные образы, гештальты, представления, “конфигурации организации памяти”, фреймы, эйдетические понятия и подобные им формы отражения действительности. «В процессе использования образ как бы пульсирует: он то более, то менее абстрактен, в нём то больше, то меньше наглядно-чувственных элементов» [Савицкий 1993б: 57]. В силу этого между вышперечисленными формами отражения нет четко очерченных границ; не всегда можно со всей определенностью сказать, какая из них задействована в том или ином когнитивном акте. В ряде случаев в их тонкой дифференциации нет практической необходимости. Поэтому требуется некая обобщающая категория, в которой уместились бы все эти формы.

Такой категорией, по нашим наблюдениям, всё в большей степени становится концепт. Этот термин восходит к лат. *conceptus* (< *concipere* “схватить”) и, таким образом, этимологически перекликается с русским словом *понятие* (< древнерус. *пояти* “взять”). Ряд исследователей использует эти термины как синонимы. Ср.: «Понятие (концепт) – явление, рассматриваемое ... в системе логических отношений и форм» [Степанов 1990: 384]. Другие считают концепт научной моделью психологически реального феномена “понятие”: «Понятие как форма мышления ... всегда рассматривалось как единство ... Мы же хотим искусственно расчленивать целостные компоненты мышления и дать упрощенное дискретное представление непрерывного процесса познания. С этой целью мы будем определять единицу когнитивной сферы (назовём её концептом) в рамках определённой системы ограничений, накладываемых на тот мыслительный феномен, который ... называют понятием» [Новиков, Ярославцева 1990: 70 – 71]. В логике концепт иногда приравнивается к содержанию (сигнификату) понятия [Горский и др. 1991: 80]. Однако в семантической теории Р.Карнапа под концептом понимается некоторый абстрактный объект, находящийся между языковым выражением и соответствующим ему реальным объектом, то есть единица мыслительного отражения действительности [Карнап 1959]. Аналогичным образом трактует концепт А.А.Худяков: «Концепты являют собой относительно стабильный и устойчивый когнитивный слепок с внеязыкового мира» [Худяков 1996: 101]. Сходное толкование концепта обнаруживается в теории М.В.Никитина

[Никитин 1983] и ряда других ученых. В рамках этого толкования обобщаются все формы отражения действительности, о которых говорилось выше.

Такая трактовка категории “концепт” представляется правомерной, однако, на наш взгляд, более содержательной и конструктивной является трактовка, предложенная Д.С.Лихачевым [Лихачев 1993] и Н.Д.Арутюновой [Арутюнова 1993]. Концепт – это аналог понятия (единицы научного мышления) в массовом сознании; эта позиция дает возможность принять во внимание богатство ассоциаций и интерпретаций. Концепт – элемент практической (обыденной) философии, возникающей «в результате взаимодействия таких факторов, как национальная традиция и фольклор, религия и идеология, жизненный опыт и образы искусства, ощущения и системы ценностей» [Арутюнова 1993: 3]. Толкование концепта как компонента «наивного» сознания предложено также в работе С.Х.Ляпина. В его рамках концепт рассматривается как «многомерное культурно-значимое социопсихическое образование в коллективном сознании, опредмеченное в той или иной языковой форме» [Ляпин 1996: 46]. Краткий словарь когнитивных терминов [Кубрякова и др. 1996] дает следующее определение концепта: «термин, служащий объяснению ментальных или психических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры, которая отражает знание и опыт человека; оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга (*lingua mentalis*), всей картины мира, отраженной в человеческой психике». Как отмечают авторы словаря, понятие концепта отвечает представлению о тех смыслах, которыми оперирует человек в процессах мышления и которые отражают содержание опыта и знания, содержание результатов всей человеческой деятельности и процессов познания мира в виде неких «квантов» знания.

По мнению Е.С.Бунеевой, концепт – это «многомерное образование, включающее, в частности, образные, понятийно-дефиниционные и нормативно-оценочные характеристики. Это деятельностная сфера, включающая в себя понятийные сферы; ... это такие сгустки поведения, которые значимы и составляют ценностную сферу того или иного общества» [Бунеева 1996: 36].

Обобщая трактовки категории “концепт” в отечественной и зарубежной науке, приведём её основные черты, отличающие ее от категории “понятие”:

1) В отличие от понятия, являющегося рациональной схемой объекта, концепт представляет собой кусочек “живой ткани духа”, или, говоря словами Ю.Д.Апресяна, «целый мир, во всех тонкостях его внутреннего устройства, во всем богатстве его внешних связей» [Апресян 1995: 156]. Помимо понятийного

ядра, состоящего лишь из категориальных признаков, концепт содержит сенсорный, эмотивный, оценочный компоненты, то есть пребывает не только в семантическом, но и в прагматическом измерении семиозиса.

2) Концепт представляет собой «наивный» аналог понятия, орудие обыденного и художественного мышления и (в целом) сознания, в противовес понятию, являющемуся инструментом логического (научного и т.п.) мышления.

3) Концепт менее системен, менее ригиден по своему строению, чем понятие, он многомерен, вариативен и в той или иной мере семантически размыт.

Именно такое понимание концепта принято в нашей работе.

С возникновением лингвокультурологии в трудах, посвященных связи языка и культуры, стал активно применяться термин *культурный концепт*, явившийся дальнейшим результатом развития теории концептов. Под культурным концептом понимается когнитивно-аксиологическая единица, обладающая этнокультурной спецификой; концепт, рассматриваемый в системе ценностных координат определенной национальной культуры. Именно в культурных концептах отражается система ценностей данного народа. Этноспецифика культурных концептов варьирует в широких пределах: от наличия второстепенных нюансов, характерных для данной культуры, до полной уникальности. В рамках такого подхода можно, на наш взгляд, утверждать, что практически любой концепт, рассматриваемый под лингвокультурологическим углом зрения, предстает как культурный концепт. Вряд ли существуют такие универсальные концепты, которые не обладают никакой национально-культурной спецификой. Это еще одно отличие концептов от понятий, которые зачастую носят интернациональный характер в силу того, что наука не знает этнических границ.

Концепты объединяются в систему, которая в трудах разных ученых носит разные наименования: концептуальная сфера [Новиков, Ярославцева 1990], концептосфера [Лихачев 1993], концептуальная картина мира [Худяков 1996], когнитивная картина мира [Савицкий, Кулаева 2004] и др. Кроме того, концепты входят в ценностную картину мира [Карасик 1996]. Вследствие того, что концепты имеют как познавательный, так и ценностный аспекты, мы считаем возможным использовать в отношении их системы объединяющий термин *когнитивно-аксиологическая картина мира*. Последняя относительно автономна от языковой картины мира, которая содержится в семантической системе языка. Соответственно, концепт не тождественен языковому значению.

Вопрос о соотношении концепта и языкового значения весьма сложен, он по сей день не получил однозначного решения и служит предметом дискуссий в лингвистической и логической литературе. Ряд исследователей отождествляет эти категории (см., например: [Лайонз 1975]; [Чейф 1975]). Другие ученые четко разграничивают понятие и языковое значение, но не затрагивают в этой связи вопроса о концепте ([Ахманова 1957], [Звегинцев 1962], [Шендельс 1962]). В рамках лингвокультурологии различаются не только понятие и значение, но также концепт и значение. Во-первых, концепт не обязательно закреплен за каким-либо одним словом или устойчивым словосочетанием. Он может выражаться разными номинативными и даже грамматическими единицами. Во-вторых, он может входить в состав лексического значения, но последнее, помимо концепта, может содержать дополнительные семы, определяющие его собственно лингвистический характер (семы категориально-грамматического компонента значения; потенциальные семы, определяющие характер сочетаемости данного слова; нюансы, отличающие данное значение от значений ближайших синонимов, и т.п.). В-третьих, значение языковой единицы может вообще не содержать концепта; таковы, например, термины (их значения содержат не концепты, а логические понятия), а также эмотивно-оценочные слова, лишенные когнитивного семантического компонента (междометия, восклицания, эксплетивы, эмоциональные интенсификаторы и т.п.).

М.В.Никитин определил языковое значение как «концепт, связанный знаком» [Никитин 1974: 18]. Однако, исходя из вышеперечисленных пунктов различия между концептом и значением, мы не склонны согласиться с трактовкой значения как концепта, являющегося содержанием знака. Эти категории «сдвинуты» друг относительно друга. Концепт, на наш взгляд, близок к «дальнейшему значению слова» (А.А.Потебня), «культурному компоненту значения слова» (Е.М. Верещагин, В.Г.Костомаров), «энциклопедическому значению слова» (С.Ульман, Дж. Грубер).

Структура концептов описывается не только методом классического компонентного анализа, но и современными методами когнитивистики: с помощью семантических сетей, фреймов, сценариев (скриптов), «конфигураций организации памяти», позволяющих выявить их признаковый состав, внутреннюю организацию и связи с другими концептами в когнитивно-аксиологической картине мира. В этой связи Дж. Андор отметил: «Фрейм представляет собой ... лингвистически ориентированный концепт, который обеспечивает языковую реализацию знаний» (цит. по: [Петров 1987: 13]).

Функция языковых единиц – лишь «активировать» связанные с их значениями фреймы, необходимые для понимания смысла речевого произведения (Т.Хофман; цит. по: [Петров 1987: 27]). В целом соглашаясь с этими положениями, мы, однако, полагаем, что фреймы – это все же не концепты, а реляционные каркасы, схемы организации, причем не только концептов, но и понятий, а также более крупных когнитивных единиц – например, устойчивых коллективных представлений о типовых социокультурных ситуациях.

Большую ценность в качестве инструмента описания структуры концепта представляет стохатистическая модель лексического значения, разработанная М.В.Никитиным [Никитин 1974; 1983]. Основываясь на принятой в логике классификации признаков на родовые, видовые и подвидовые, он разделил концептуальную часть лексического значения на интенционал (совокупность видовых, или категориальных признаков, вместе образующих понятие), жесткий импликационал (набор родовых, или гиперкатегориальных признаков, относящих денотат к родам более высоких уровней абстракции), сильный импликационал (множество подвидовых, или гипокатегориальных признаков, с высокой вероятностью присущих референтам данного знака) и слабый импликационал (множество подвидовых признаков, с низкой вероятностью присущих референтам данного знака). Такая модификация компонентного анализа удобна для идентификации концептов: те из них, которые различаются видовыми (категориальными) признаками, являются разными концептами, а те, которые различаются лишь подвидовыми признаками, являются разновидностями одного концепта. Межкультурными аналогами являются те концепты, которые различаются одной или более парами подвидовых признаков; если же они различаются, хотя бы одной парой видовых признаков, их нельзя считать межкультурными аналогами. Компонентный анализ культурных концептов затрудняется, однако, тем обстоятельством, что они, в отличие от логических понятий, в той или иной мере семантически размыты, и выявить их признаковый состав со всей определенностью не всегда возможно.

Контакты между языкознанием и культурологией привели к возникновению категории “лингвокультура”, под которой понимается некое коллективное ментальное пространство, где в тесном взаимопереплетении и взаимодействии сосуществуют культура и язык народа. Соответственно, стали говорить о лингвокультурных концептах. Пока не существует единого, общепринятого определения этого понятия; оно в известной степени размыто. Исходя из приведенного понимания лингвокультуры, следует, на наш взгляд, полагать, что лингвокультурный концепт – это культурный концепт,

рассматриваемый в тесной связи с его языковым десигнатором. Если собственно культурный концепт можно рассматривать в известной мере безотносительно конкретного языкового знака, то при анализе лингвокультурного концепта необходимо принимать во внимание внутреннюю и внешнюю формы знака, мотивирующие содержание и структуру концепта, и другие свойства знака, так или иначе влияющие на характер десигнируемого концепта (например, исчисляемость / неисчисляемость существительного, собирательность и т.п.). Речь идёт о концепте, «вросшем» в знак, или, наоборот, о языковом значении в его культурном аспекте – одним словом, о неразрывном культурно-языковом единстве. Именно в таком ключе мы станем в дальнейшем анализировать поле «Одежда».

Таков комплекс базисных лингвокогнитивных и лингвокультурологических категорий, служащих инструментарием нашего исследования. Категория “понятие” используется главным образом в первой главе, а категория “концепт” – во второй и третьей.

1.3. Структура английского лексико-фразеологического поля «Одежда»

Как всякое лексико-фразеологическое поле, поле «Одежда» делится на ядро и периферию.

К ядру относятся, прежде всего, наименования с наиболее абстрактными значениями, относящимися к одежде вообще: *clothes* (редк. *clads*), *clothing*, *gear*, *garments* (собир.), *wear*, *attire*, *apparel*, *dress* (неисчисл.).

Далее по принципу концентрических кругов следуют языковые единицы более низкой ступени абстракции – наименования родов одежды: *overwear / underwear*, *men's / ladies' / baby / children's clothes* / *wear*, *warm / light clothes*, *upwaist / downwaist clothes*, *tailor-made / ready-made clothes*, *knitted / sewn clothes*, *formal / casual wear*, *bodywear / headgear*, *spring / summer clothes* и т.д., классифицирующие одежду по разным основаниям.

Следующий круг – наименования ансамблей одежды: *combination*, *set*, *costume*, *suit*, *tailleur* и т.п.

Далее следует круг наименований отдельных предметов одежды: *shirt*, *jacket*, *blouse*, *trousers*, *skirt*, *denims* и мн. др.

Следующий круг – названия частей одежды и аксессуаров: *sleeve*, *collar*, *pocket*, *cuff*, *belt*, *braces*, *necktie*, *scarf* и т.д.

Следующий круг составляют языковые единицы, обозначающие не

собственно одежду, а то, что ей сопутствует: *sewing* (“шитье”), *knitting*, *fitting*, *wearing*, *putting on / off*, *dressing / undressing*, *trying on*, *tailor*, *fitter*, *seamstress*, *fashion designer* и т.п., а также относящиеся к этой тематической области (значительно менее многочисленные, чем существительные) глаголы (*to sew*, *to knit*, *to put on / off*, *to try on* и др.) и прилагательные (*sewing* “швейный”, *close- / loose-fitting*, *ready-made* и т.п.).

Наконец, в последний круг входят поговорки и фразеологизмы, содержащие названия предметов одежды, аксессуаров, сопутствующих предметов, занятых в этой сфере людей и их действий: *to put on a black cap*; *to turn up one's sleeves*; *Cut your coat according to your cloth*; *If the cap fits, wear it* и т.д. (см. Приложение, раздел 5).

Граница между ядром и периферией размыта; при необходимости она может быть установлена условно, в зависимости от поставленной исследовательской задачи. В определенной мере размыта и граница между данным полем и смежными полями в составе лексико-фразеологического фонда. Например, слово *cloth* входит не только в поле «Одежда», но и в другие поля, поскольку из ткани изготавливают не только одежду, но и полотенца, скатерти, портьеры, постельное белье, мебельную обивку, паруса и многие другие предметы, не являющиеся одеждой; слова *fashion*, *vogue*, *style*, *design*, *finish* (“отделка”) и т.п. могут относиться не только к одежде, но и к обуви, ювелирным и другим декоративным изделиям, посуде, мебели, прочим предметам интерьера и т.д. Кроме того, следует отметить, что многие слова, обозначающие одежду, имеют и другие значения; например, устойчивое словосочетание *blue stocking* обозначает не только (буквально) синий чулок, но и (метонимико-символически) “ученую даму” (см. Приложение, раздел 4); слово *bonnet* обозначает не только (буквально) шапку определенного фасона, но и (метафорически) “капот автомобиля” (см. Приложение, раздел 6). Иногда, впрочем, «одежный» лексико-семантический вариант слова оказывается производным; например, метафорическое название женской шляпы *beehive* восходит к буквальному *beehive* “улей”.

Следовательно, к полю «Одежда» целесообразно относить не всё слово целиком, а только его соответствующий лексико-семантический вариант, учитывая, впрочем, его смысловую связь с другими вариантами. Необходимость такого учета связана с тем, что в составе дискурса «одежные» значения нередко взаимодействуют с другими значениями, актуализируясь в контексте совместно и образуя концепт с его понятийной, образной и ценностной составляющими. Так, в зависимости от контекста слово *crown*,

входящее в состав оборота *to bear the crown*, может актуализировать и буквальное значение “корона”, и фигуральное значение “королевская власть”, и оба значения вместе. В ходе нашего исследования мы постарались учесть это обстоятельство.

Объект анализа вычленяется исследователем исходя не только из его объективных свойств, но и – в определенной мере – из поставленной задачи. Требование представить анализируемое лексико-фразеологическое поле во всей полноте предполагает рассмотрение всех перечисленных участков. Но ограниченный объем работы побудил нас сосредоточить основное внимание на наименованиях *видов и родов одежды*, хотя по мере необходимости мы уделяли внимание и другим участкам поля.

Общая структура поля складывается из ряда переплетающихся структур, которые в исследовательских целях можно вычленять из общей структуры в качестве ее срезов и рассматривать по отдельности. Выше мы уже привели один такой срез, который схематически представили в виде нескольких концентрических кругов, выстроенных по принципу удаления от ядра – совокупности наименований одежды. Другой срез, частично пересекающийся с первым, представляет собой гиперо-гипонимическую иерархию наименований одежды, которая лежит в основе тематической систематизации этой предметной области.

На вершине иерархии находятся наименования высшей степени обобщения – слова, имеющие значение «Одежда (вообще)».

На следующей ступени иерархии располагаются наименования родов одежды. Анализ собранного материала показал, что система наименований одежды не строится по принципу классификации в строгом значении этого термина. По Э.Стюарт [Stewart 1976], классификацией называется такая таксономическая структура, в которой ступени не могут меняться местами. Приведем пример. Оружие делится на холодное и огнестрельное. Огнестрельное, в свою очередь, делится на стрелковое, артиллерийское и ракетное (холодное оружие на такие разряды не делится). Артиллерийское оружие подразделяется на мортиры, гаубицы, минометы и пушки (ни стрелковое, ни ракетное оружие таким способом не подразделяется). Перед нами – классификация; ее ступени не могут меняться местами. Ни один из объектов классификации не входит одновременно в два разряда.

Разряды классификации называются классами. Простейшая схема классификации имеет следующий вид (рис. 1.1):

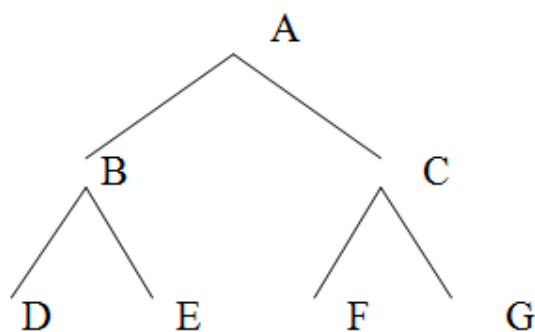


Рис. 1.1

Рассмотрим теперь другой вид таксономии. Наземный транспорт делится на автодорожный и железнодорожный по характеру канала движения. Как первый, так и второй делятся на пассажирский и грузовой по характеру перевозимых объектов. Эти две ступени иерархии можно поменять местами: разделить наземный транспорт на пассажирский и грузовой, а каждый из них, в свою очередь, – на автодорожный и железнодорожный. Перед нами – типология. Ее разряды называются типами. Каждый объект типологии входит одновременно более чем в один тип. Простейшая схема типологии имеет следующий вид (рис.1.2):



Рис. 1.2

Обе приведенные схемы типологической структуры эквивалентны.

Анализ показал, что гиперо-гипонимическая иерархия наименований одежды в английском языке представляет собой не классификацию, а типологию. Ступени этой иерархии могут меняться местами. Например, одежда делится на зимнюю, летнюю и демисезонную, а также на мужскую, женскую и детскую. С объективной точки зрения всё равно, какой из этих разрядов поставить выше, а какой – ниже другого. Например, мужская одежда бывает зимней, летней и демисезонной, а зимняя – мужской, женской и детской.

Нами выявлены следующие главные основания типологии английских наименований одежды:

по возрастной категории (*adults' /juvenile/teenagers' /infants' /babies' clothes*)

- по гендерной категории (*men's / ladies' clothes*)
- по сезону (*spring / summer / winter clothes*)
- по времени суток (*morning / matinee / daytime / evening / night clothes*)
- по близости к телу (*overwear / underwear*)
- по месту на теле (*upwaist / downwaist clothes / headgear*)
- по функции (*office / sporting / household etc clothes*)
- по okazji ношения (*dinner / party / mourning etc dress*)
- по степени официальности (*full/ formal/ informal / casual wear / negligee*)
- по принадлежности (*worker's/ peasant's / serviceman's / dandy's etc wear*)

Одежду можно типологизировать и по ряду других оснований: по материалу, расцветке, фасону, стилю, конфигурации, степени прилегания к телу, размеру, наличию / отсутствию некоторых элементов (например, рукавов, воротника, обшлагов), комплектности, способу изготовления / обработки/ отделки, месту происхождения, культурно-исторической эпохе, социальному / культурному символизму, престижности, стоимости и т.д. Но это – второстепенные рубрики; они включают столь много ячеек, что перечислить их все нет возможности.

Деление признаков на главные и второстепенные проводилось нами по следующему критерию: главные признаки регулярно указываются в статьях толковых словарей, например: *trousers* (n pl) – *man's* (гендерная категория) *two-legged* (комплектность) *outer* (степень близости к телу) *garment* (общетипологический признак) *extending from waist to ankles* (место на теле) [Collins English Dictionary].

По М.В.Никитину [1983], это интенциональные признаки, которые составляют понятие (в логическом аспекте) и дефиницию значения (в языковом аспекте). Остальные признаки (возможные ткани, цвета, фасоны и др.) – импликациональные; вследствие большой вариативности они обычно не входят в словарные дефиниции, но спорадически встречаются в них, если всё же относятся к числу интенциональных (облигаторных) или сильно-импликациональных (высоковероятных). Так, признак [knitted] (способ изготовления) входит в качестве интенционального в дефиницию названия *cardigan* (все кардиганы – вязаные); слово *khaki* (цвет) входит в качестве сильноимпликационального в дефиницию составного названия *field uniform* (полевая военная форма, как правило, но не обязательно имеет цвет хаки).

Комбинации главных и второстепенных признаков составляют уже не словарные дефиниции, а энциклопедические толкования наименований одежды.

Теоретически возможно составить таблицу, называемую координатной сеткой, в которой титулы строк представляют собой имена признаков, а титулы столбцов – имена предметов одежды, и поместить в нее все английские имена предметов одежды. Эта была бы их полная типология. Но их – тысячи, и на практике составление такой таблицы представляется чрезвычайно трудоемким делом. Однако в тех или иных целях можно составлять координатные сетки, отражающие отдельные фрагменты этой тематической области и позволяющие наглядно репрезентировать соответствующий участок лексико-фразеологического поля. В качестве иллюстрации ниже приводится Таблица 1.1, которая содержит (неполный) список наименований разного рода штанов.

Таблица 1.1

**Компонентный анализ участка
лексико-фразеологического поля «Одежда»**

наименования признаки	trousers	breeches	shorts	Bermudas	slacks	leggings
длинные	+	–	–	–	–	–
средней длины	–	+	–	+	+	+
короткие	–	–	+	–	–	–
облегающие	–	+	–	–	–	+
свободные	+	–	+	+	+	–
прямые	+	+	+	+	–	+
расклешенные	+	–	+	+	+	–
со стрелками	+	–	–	–	–	–
мужские	+	+	+	+	–	–
женские	+	+	+	+	+	+

С помощью подобного рода таблиц можно наглядно и притом в сопоставительном плане выявить и описать как типологические, так и индивидуальные характеристики каждого наименования, относящегося к рассматриваемому участку лексико-фразеологического поля.

Помимо гиперо-гипонимического деления, в рассматриваемом лексико-фразеологическом поле можно обнаружить деление языковых единиц на **безэквивалентную лексику** (согласно [Верещагин, Костомаров 1982], к ней относятся собственно реалии и квази-реалии) и **неспецифическую лексику** (см. Приложение, раздел 1). Собственно реалии составляют сравнительно небольшую часть (по нашим подсчетам, около 15%) английских наименований одежды; квази-реалии представлены большим количеством языковых единиц (около 25%); остальную часть составляют неспецифическая лексика и субстантивные устойчивые словосочетания.

Столь значительная представленность реалий (примерно 35%) в данной предметной области говорит о ее большом своеобразии; впрочем, это относится в первую очередь к историческим реалиям, а в современной культуре проявляется тенденция к унификации, характерная в целом для нынешней европейской монокультуры. Даже если тот или иной новый предмет одежды возник именно на англосаксонской культурной почве, он вскоре распространяется чуть ли не на весь мир и вследствие этого утрачивает национальную специфичность. Заимствуются и сами культурные реалии, и их наименования. Приведем примеры слов, ставшими интернационализмами, *jeans, denims, bikini, topless, leggings, Bermudas, unisex* и мн. др. В частности, на русскую культурную почву в прежние времена были перенесены многие англосаксонские культурные и языковые реалии в форме *кардиган, шорты, бриджи, свитер, джемпер, смокинг, гетры, гольфы* и т.д., а в современную эпоху – *легинсы, бермуды, бикини, слаксы, джинсы, тегасы, топлесс, блейзер, унисекс* и ряд других. Примеры **собственно реалий**: *bearskin* – кивер английских гвардейцев, сделанный из медвежьего меха (такие головные уборы не носит больше никто); *kilt* – мужская клетчатая юбка, которую носили лишь горные шотландцы (ныне ее носят только на фольклорных шоу). Примеры **квази-реалий**: *blue bonnet* – синий шотландский берет (синие береты носят повсеместно, но такой фасон характерен именно для Шотландии); *red coat* – *историч.* английская солдатская шинель (шинели носили и носят солдаты во всем мире, но красные шинели отличали в первую очередь именно английских солдат). Примеры **неспецифической** лексики: *hat, hood, blouse, shirt, gloves, suit, raincoat, cloak, trousers, nightdress, waistcoat* и мн. др.

Помимо этого, в анализируемом поле обнаруживается деление лексики и фразеологии на **стилистических** основаниях: книжно-литературная – разговорная – просторечная; общеупотребительная – специальная; экспрессивная – неэкспрессивная; возвышенная – нейтральная – сниженная.

Подробнее этот вопрос рассматривается ниже в п. 1.5.

Наложение (суперпозиция) всех перечисленных структурных срезов дает в итоге общую структуру данного лексико-фразеологического поля.

1.4. Морфологические и словообразовательные особенности англоязычных наименований одежды

Как известно, каждый национальный язык развивается по своим внутренним законам, и его грамматический строй обладает своими характерными особенностями. Как указано в ряде лингвистических трудов, в области морфологии современный английский язык отличается бедностью, а во многих случаях полным отсутствием синтетических форм словообразования и словоизменения. Но, по Дж. Гринбергу, отсутствие одних морфологических форм компенсируется наличием других. Как будет показано ниже, эта закономерность проявляется и в рамках рассматриваемого нами лексико-фразеологического поля.

В этом разделе мы рассмотрим следующие особенности наименований одежды в английском языке:

- 1) специфические различия в грамматических формах, обуславливающие разницу в стилистическом компоненте лексических значений слов;
- 2) особенности словообразования (словосложения, словопроизводства, грамматической конверсии) в сфере английских наименований одежды;
- 3) специфику составных наименований в рассматриваемом лексико-фразеологическом поле.

Обратимся вначале к стилистическим особенностям ряда грамматических форм у английских наименований одежды.

В английском языке слово *clothes* (в форме множ. числа) существует с 1200 года. Если на прежних этапах истории английского языка это слово принадлежало к возвышенному стилю, то ныне оно утратило этот стилистический оттенок, но в сочетании с прилагательным *white* в составе устойчивого оборота библейского происхождения *white clothes*, которое обозначает духовную чистоту и праведность, по-прежнему принадлежит к высокому стилю Библии.

У этого английского слова есть еще одна примечательная особенность. В зависимости от того, что имеется в виду, у него изменяется флексия формы множественного числа, что в целом не характерно для английских имен существительных.

ед. число*cloth***множ. число***cloths* (kinds of cloth)*clothes* (garments of dress)

В настоящий период существования английского языка орфоэпическая норма допускает два варианта произношения слова *clothes*: [kloupz] и [klouz]. С 1700 г. до XX века в толковых словарях английского языка (Samuel Johnson's Dictionary 1700; Noah Webster's Dictionary 1828 и др.) фиксировался только первый вариант. Ныне первый вариант произношения несколько устарел; он не считается ненормативным, но несет на себе оттенок формальности, в то время как второй вариант, первоначально использовавшийся только в речи на американском варианте английского языка, нейтрален и более распространен.

В наши дни процесс выравнивания по аналогии затрагивает целые ряды существительных, включая те, которые еще недавно считались исключениями. Так, ныне слово *scarf* имеет два варианта окончания множественного числа: прежний, нестандартный (*scarves*) и современный, стандартный (*scarfs*).

Наименования тех видов одежды, которая носит парный характер (*trousers, pants, underpants, sweatpants, shorts, jeans, breeches* и т.п.), относятся к числу существительных *pluralia tantum*. Но это не означает, что у слова *trousers* нет формы единственного числа. Значение “штанина” имеет даже две грамматических формы выражения: *a trouser* (standard) / *a trouser leg* (colloquial). Другие наименования предметов одежды не имеют формы единственного числа. Если требуется упомянуть штанину джинсов, бриджей и т.п., употребляют форму единственного числа, заимствованную у слова *trousers*.

Свои особенности наименований предметов одежды имеются и в области **словообразования**. В этом разделе мы рассмотрим следующие вопросы, касающиеся специфики словообразования в сфере наименований одежды: специфика словосложения, словопроизводства и грамматической конверсии, особенности составных названий одежды в английском языке, а также употребление числительных и квантификаторов, входящих в названия одежды.

Как известно, в современном английском языке преобладают три основных способа словообразования: • словосложение; • словопроизводство; • грамматическая конверсия [ЛЭС 1990: 794].

Как показывают сами эти названия, словосложение – это образование слова путем сложения двух или более лексических основ; словопроизводство – это образование слова путем прибавления к лексической основе одного или

нескольких аффиксов; грамматическая конверсия – это, по А.И.Смирницкому, образование нового слова путем смены грамматической парадигмы у исходного слова и тем самым – придание образуемому слову частеречного (категориально-грамматического) значения, иного, чем у исходного слова. В результате сложения производящих основ возникают новые слова, которые называются сложными словами. Значение сложного слова обычно складывается из значений их компонентов, за исключением идиоматичных слов, чьи значения образуются по особым правилам, путем семантического слияния значений производящих основ и проистекающего из него приращения смысла.

Словосложение весьма характерно для лексического поля наименований одежды. Приведем ряд примеров: *raincoat* “дождевой плащ”, *waistcoat* “жилет”, *sweatpants* “кальсоны”, *sweatshirt* “душегрейка”, *bodysuit* (AmE) “водолазка”, *jumpsuit* “накидка”, *waistband* “пояс (юбки, брюк)”, *hatband* “лента на шляпе”, *headscarf* “головная повязка”, *earflaps* “наушники (у шапки)”, *turtleneck* (AmE) “косоворотка”.

По нашим подсчетам, в собранном нами языковом материале доля сложных слов составляет около 30%. Столь широкая распространенность этого вида словообразования в рассматриваемой сфере естественным образом объясняется тем, что существительные английского языка – языка аналитического строя – в большом числе случаев не оформлены аффиксами и представляют собой корневые слова, состоящие, как правило, из одного слога. Это облегчает процесс лексикализации субстантивных словосочетаний, являющихся субстантивными биномами (словосочетаниями, состоящими из двух имен существительных, одно из которых выступает в атрибутивной функции). Корневые слова сливаются в сложное слово, с утратой второго ударения и раздельного написания. Чтобы выразить специфику многообразных видов одежды, их тонкие различия, зачастую требуются словосочетания. Многие наименования предметов одежды и их частей, первоначально представлявшие собой словосочетания, со временем превратились в сложные слова. Например, английское название «ушей» зимней шапки до сих пор представлено двумя вариантами: более ранним *`ear `flaps* (словосочетание) и более поздним *`earflaps* (сложное слово); второе произошло от первого.

Но если одно или оба слова в словосочетании состоят из двух и более слогов, то слияния слов в одно сложное слово, как правило, не происходит. Так, название-американизм *corduroy pants* “джинсы” остается словосочетанием и, по-видимому, останется им в дальнейшем. Ср. также: *dinner jacket* “смокинг”,

knickerbocker trousers (особый фасон коротких брюк), *Tam O'Shanter cap* “шотландский берет”, *Cossack trousers* (женские свободные брюки) и т.п.

Лексикализации не происходит и тогда, когда первое слово в сочетании имеет аффикс или флексию: *swimming suit* “купальник” (впрочем, существует и сложное слово *swimsuit*), *Tyrolean hat* “тирольская шляпа”, *dunce's cap* “шутовской колпак”, *peaked cap* “фуражка” и т.п. Наличие служебной морфемы препятствует слиянию словосочетания в сложное слово.

Как видно из примеров, для английских наименований одежды, являющихся сложными словами, характерно наличие двух корней. Если же корней три, то первые два обычно объединены в сложное слово, а третий представляет собой отдельное корневое слово, например: *three-piece suit* “костюм-тройка”, *full-length skirt* “юбка-макси”, *bell-bottom trousers* “брюки-клеш”, *ten-gallon hat* “американская широкополая шляпа”. Трехкорневые сложные слова для рассматриваемого лексического поля не характерны – по-видимому, в силу своей структурной громоздкости.

Наряду с собственно сложными словами, в сфере наименований одежды и аксессуаров в небольшом количестве представлены сложнопроизводные слова, образованные сразу двумя способами – словосложением и словообразованием: *south-wester* “зюйдвестка”, *педк. bust-holder* (калька с нем. *Büstenhalter*) “бюстгалтер”, *collar-fastener* “застежка воротника”. Такие слова составили лишь долю процента в нашем материале. Столь же немногочисленны сложные слова «синтаксического» типа, образованные путем «свертки» глагольных и некоторых других видов словосочетаний: *pullover* “пуловер” (от *to pull over* “натягивать”), *wrapover* “младенческий конверт” (от *to wrap over* “заворачивать”), *wrap-around* “запахивающийся халат” (от *to wrap around* “запахивать”), *overall* “рабочий халат” (от *over all* “поверх всего”).

Немногочисленность такого рода слов в анализируемом лексическом поле объясняется, на наш взгляд, тем, что сложнопроизводные слова, обычно оканчивающиеся на суффиксы *-er* или *-ing*, обозначают либо человека-деятеля (*bee-keeper* “пчеловод”), либо предмет-орудие (*meat-mincer* “мясорубка”), либо деятельность (*wood-cutting* “рубка леса”). Предметы одежды не относятся ни к одной из этих категорий. Хотя они являются функциональными объектами, их основная функция (прикрывать тело) настолько очевидна, что специально указывать на нее в названии нет нужды.

Производных слов (*sweater* “свитер”, *trimming* “оторочка”, *leggings* “легинсы”, *bodice* “корсаж” и т.п.) в рассматриваемом поле насчитывается значительно меньше, чем сложных (в собранном нами материале их оказалось

около 15%). Отчасти это связано с тем, что неравное соотношение сложных и производных слов характерно вообще для английского словообразования, отчасти же – с тем, что производные слова, имея лишь один корень, в меньшей степени способны на характеризацию объекта именованного по его признакам, необходимую для идентификации и дифференциации многочисленных и разнообразных предметов одежды. Так, если внутренняя форма слова *raincoat* позволяет точно идентифицировать денотат (дождевой плащ) и отграничить его от смежных (*dust coat* – пыльник, *fur coat* – шуба, *riding coat* – сюртук для верховой езды, *tail-coat* – фрак и т.п.), то внутренняя форма слова *jumper* (джермпер, букв. “прыгун”) не дает отчетливого представления о денотате.

Англоязычная специфика наименований одежды высвечивается на фоне сравнения с их эквивалентами в других языках – в частности, русском. По нашим подсчетам, для русского лексического поля наименований одежды производные слова характерны в большей степени, чем сложные. Соответственно, английским сложным словам – наименованиям одежды в большом числе случаев эквивалентны русские производные слова. Приведем ряд примеров:

англ. Названия (сложные слова)	рус. названия (производные слова)
<i>raincoat</i>	дождевик
<i>dust-coat</i>	пыльник
<i>jumpsuit</i>	накидка
<i>swimsuit</i>	купальник
<i>T-shirt</i>	футболка
<i>earflaps</i>	наушники
<i>nightshirt</i>	ночнушка
<i>bowler-hat</i>	котелок
<i>bow-tie</i>	бабочка (и мн. др.)

Это обусловлено тем, что для русского языка – языка синтетического строя – в большей степени характерны слова с одной или несколькими словообразовательными морфемами, присоединенными к корню. Те функции, которые в аналитических языках выполняются корневыми морфемами, в синтетических языках зачастую выполняются аффиксами. В результате английские наименования, среднестатистически, в большей степени

мотивационно прозрачны (менее идиоматичны), а русские – наоборот. Ср. англ. *sailor-hat* и рус. *бескозырка*. Английское наименование своей внутренней формой точно идентифицирует денотат (матросскую шапку), а русское лишь указывает на отсутствие козырька, свойственное отнюдь не только матросской шапке. По одному лишь этому признаку невозможно идентифицировать денотат. В отличие от английского, это русское наименование характеризуется наличием приращенного (идиоматического) смысла. Это весьма типичное различие английских и русских наименований предметов одежды.

Что касается корневых слов в рассматриваемом лексическом поле, они, согласно нашим подсчетам, составляют около 10% названий, но эти названия представляют собой самые давние по происхождению и самые основные по смыслу в данном лексическом поле. Они обозначают традиционные **категории** предметов одежды и представляют собой (по В.И.Карасику [2007: 213]) **основные имена** в лексическом поле: *coat, suit, hood, hat, cap, shirt, skirt, belt, tie* и т.п., от которых образуются наименования конкретных предметов одежды и аксессуаров (*waistcoat, bodysuit, bowler-hat, waistbelt* и т.п.). По-видимому, их краткость обусловлена их большим возрастом: за века своего существования многие из них претерпели фонетическое стяжение. Так, слово *suit* в конечном счете восходит к слову из народной латыни *sequita* “вереница, следование” (ср. англ. *sequel*), которое со временем постепенно всё более сокращалось.

Обратимся далее к наименованиям одежды, которые образованы способом грамматической конверсии. В английском языке грамматическая конверсия является одним из самых продуктивных способов словообразования. Она представляет собой образование новых слов без использования специальных словообразовательных аффиксов [Кубрякова 1990: 235]. Но в рассматриваемой нами сфере она представлена не слишком широко. Слов, образованных по конверсии, в нашем материале оказалось около 10%.

В ходе наблюдений мы выяснили, что в сфере наименований одежды грамматической конверсии в основном подвергаются глаголы, переходя в существительные, и наоборот, существительные переходят в глаголы. В нашем материале не зарегистрированы исходные прилагательные, подверженные грамматической конверсии. Приведем ряд примеров грамматической конверсии в сфере английских названий одежды. Ряд глаголов перешел в существительные:

to cover (v) “покрывать” – *cover* (n) - “колпак”

to wear (v) “носить одежду” – *wear* (n) “носка одежды” и *собр.* “одежда”

to dress (v) “одевать” – *dress* (n) “одежда”

В ряде случаев существительные переходят в глаголы:

veil (n) “покрывало” – *to veil* (v) “покрывать”

hat (n) “шляпа” – *to hat* (v) “надевать шляпу”

suit (n) “мужской костюм” – *to suit* (v) “подходить”

cloak (n) “покрыв” – *to cloak* (v) “покрывать”

Различие в способах словообразования в разных языках обуславливает черты идиоэтнонизма (этноспецифики формы) речи. Так, при переводе на английский язык фразы *Господа были в шляпах, а дамы носили вуали* обучаемые дали следующую формулировку: *The gentlemen were in hats and the ladies were in veils*. С точки зрения системы английского языка она корректна, но носитель английского языка, согласно норме родной речи, сказал бы: *The gentlemen were hatted and the ladies veiled*. В этом контексте норма английской речи рекомендует употребление глаголов *to hat* и *to veil*, что непривычно для носителей русского языка, осваивающих английский язык.

Несмотря на то, что **семантическая деривация** (образование нового слова путем переосмысления имеющегося слова без морфологических изменений) в целом считается достаточно продуктивным способом словообразования, в нашем лексико-фразеологическом поле она составляет весьма небольшой процент. В основном сюда относятся метонимические производные от топонимов (*bikini, Bermudas, panama, balbriggan, balaclava, tuxedo* и нек. др.) и антропонимов (*Tam O'Shanter, Stetson, cardigan, bloomers* и нек. др.), а также метафорические производные от слов других тематических групп: *beehive, billycock, blue bottle* и нек. др. Как оказалось, гораздо более продуктивным является словообразование в обратном направлении – из наименований одежды создано много технических и других терминов (см. Приложение, раздел б). По-видимому, одежда – настолько своеобразная предметная область, что она служит источником многочисленных аналогий с объектами, принадлежащими к разнообразным областям остального предметного мира.

С помощью **второстепенных** способов словообразования в данном поле создано ничтожное количество слов. Такие примеры единичны:

- прилагательное *clad* “облаченный” образовано от архаичной формы

причастия прошедшего времени глагола *to clothe*, которая, в свою очередь, создана способом чередования звуков;

- слэнгизм *el cheapo* “дешевое шмотье” образован путем имитации испанских слов, но с сохранением английского корня *-cheap-*;

- слова *T-shirt* и *V-neck* созданы «иероглифическим» способом: буквы *T* и *V* своей конфигурацией изображают форму объекта номинации;

- наименование *knickers* образовано способом апокопы – усечения концовки исходного слова (это не сокращенный вариант наименования *knickerbockers*, а новое слово, обозначающее другой предмет одежды).

Оставшуюся часть (около 35%) наименований одежды и аксессуаров образуют **составные** единицы – устойчивые субстантивные словосочетания. Приведем ряд примеров английских составных наименований одежды: *service jacket* “френч”, *hat band* “лента на шляпе”, *Alice band* “лента Алисы” (по сказке Л.Кэрролла “Alice in Wonderland”), *top hat* “цилиндр”, *bobble hat* “круглая шапочка”, *crash helmet* “защитный шлем”, *dressing gown* “халат”, *fur coat* “шуба”, *duffle coat* “пальто из грубой шерсти с капюшоном и деревянными застежками вместо пуговиц”, *lounge coat* “пиджак”, *uniform coat* “китель”, *pinafore dress* “сарафан”, *party dress* “вечернее платье”, *cocktail dress* “платье для коктейлей”, *evening dress* “вечерний туалет”, *diving suit* “водолазный костюм”, *Fauntleroy suit* “бархатн. костюм на мальчика с кружевным воротником”, *jogging suit* “спортивный костюм”, *ski pants* “гамаша”, *swimming cap* “шапочка для плавания”, *stocking cap* (AmE) “вязаная облегающая шапка”.

Большую часть составных наименований составляют двусловные словосочетания, но в небольшом количестве встречаются и трехсловные: *cowl neck sweater* “свитер с ошейником”, *pleated bell sleeve* “рукав со складками «колокольчик»”, *collapsible top hat* “складной цилиндр” и т.п. В целом следует отметить, что подавляющее большинство наименований одежды и аксессуаров составляют **двукорневые** сложные имена существительные (такие, как *tracksuit* “гимнастический костюм”) и близкие к ним по структуре **двусловные** сочетания – субстантивные биномы (типа *house frock* “женский домашний халат”). Между ними нет отчетливой границы; они представляют собой почти единое множество. Близи к ним менее многочисленные наименования, построенные по схеме «прилагательное + существительное» (типа *Persian lamb* “каракулевая шуба”) и «причастие + существительное» (типа *frilled apron* “кружевной фартук”). Из этих подсчетов следует вывод о том, что двухэлементные наименования в этой сфере оптимальны: двух семантических признаков в большинстве случаев оказывается достаточно для идентификации и

дифференциации объектов, принадлежащих к этой предметной области.

Некоторые из таких названий имеют **прямое** значение без приращенного смысла; они не являются идиоматичными. Например, сочетание *fur collar* буквально означает “меховой воротник”. К этому же разряду относятся такие наименования, как *waist belt* “пояс”, *skirt suit* “костюм с юбкой” и мн. др.

Но значительная часть (по нашим подсчетам, около 35%) английских названий одежды и аксессуаров имеют ту или иную долю приращенного смысла, т.е. являются в определенной степени идиоматичными.

Например, внутренняя форма словосочетания *bearskin hat* указывает лишь на то, что это шапка из медвежьей шкуры, но не говорит о том, что это кивер английского королевского гвардейца. Налицо приращение смысла, не зафиксированного во внутренней форме этого словосочетания. Перед нами – наименование **с суженным значением**. К этому же разряду относятся:

pullover (это слово обозначает не всё, что натягивают через голову, а только вязаный предмет одежды определенного фасона);

casual shirt (это сочетание обозначает не всякую рубашку, сшитую в непринужденном стиле, а лишь мужскую рубашку определенного фасона);

tights (это слово обозначает не всякую облегающую одежду, а только колготки) и мн. др.

Наименование *trenchcoat* обозначает не только шинель, которую носили солдаты в траншеях (буквальное значение), но и гражданскую одежду – плащ «военного» покроя. Это слово имеет **расширенное** значение. К этому же разряду относятся:

kimono (это слово обозначает не только собственно японское кимоно, но и широкий спектр европейских женских длинных блуз и халатов, которые имитируют японский стиль);

pinafore (это слово не только выступает в первоначальном смысле “младенческий фартучек”, но и обозначает целый ряд женских легких платьев типа сарафана, разнообразного покроя, но неизменно с ляжками и без рукавов);

driver's gloves (это слово обозначает не только собственно шоферские перчатки, но и имитирующие их грубые мужские перчатки из толстой кожи с крагами) и нек. др.

Наименование *beehive* буквально обозначает улей, а фигурально – женскую шляпу пирамидальной формы. Семантическое преобразование основано здесь на симилиативном сравнении. Это слово имеет переносное, а именно **метафорическое** значение. К числу метафорических названий относятся также: *turtleneck* “косоворотка”; *pork-pie* “круглая шляпа с широкой

тульей и загнутыми полями”; *bluebottle* “мундир полицейских и некоторых родов войск” и мн. др.

Наименование *Bermudas* буквально обозначает атлантический архипелаг (Бермудские острова), а фигурально – мужские шорты длиной по колено. Это тоже слово с переносным, но на этот раз – **метонимическим** значением. В этот же разряд входят: *bikini* (вид купальника, названный по атоллу Бикини в Тихом океане); *cardigan* (вязаная кофта или жакет без воротника и лацканов, названный по имени эрла Кардигана); *tuxedo* (вид фрака, названный по г. Такседо, Испания) и мн. др.

Обилие идиоматичных наименований в анализируемой сфере объясняется тем, что их значения слишком сложны, чтобы полностью отражаться в их внутренней форме. Во внутренней форме названий, как правило, отражаются следующие признаки предметов одежды и аксессуаров:

- назначение (*playsuit, jogging suit, bath robe, sun hat, waterproof coat* etc);
- okazia nošeniya (*cocktail dress, party blouse, dinner jacket, opera hat* etc);
- forma (*bell-bottom trousers, claw-hammer coat, batwing sleeve, V-neck*);
- material (*denim trousers, musquash hat, jersey dress, mink jacket, fur coat*);
- sposob izgotovleniya (*pleated skirt, tailored coat, puffed sleeve*);
- otdelka (*frilled apron, fur-lined coat, quilted waistcoat, lace-trimmed skirt, embroidered blouse* etc);
- stil' (*peasant-style dress, poncho-style coat, military-style clothes* etc);
- dlinna (*shorts, briefs, knee-length socks, long-line bra, elbow-long sleeve* etc);
- širina (*tights, smock, tight-fitting / loose coat* etc);
- osobye primety (*tie-belt¹, detachable hood, turn-down collar* etc);
- komplektnost' (*one-piece baby suit, two- / three-piece man's suit, blouse-and skirt lady's suit, dress-and-jacket combination, knitted set* etc);
- vremya noski (*matinee coat, morning frock, evening gown, nightshirt, winter coat, summer dress* etc);
- čast' tela (*leggings, handcuffs, waistcoat, bodice, headgear, overtop* etc);
- vozrastnaya / gender'naya kategoriya (*baby pants, child's jumper, teenager clothes, girl's overblouse, men's wear, ladies' lingerie* etc);
- social'no-rolevaya kategoriya (*shepherd's cloak, driver's gloves, monk's hood*).

Как видим, в целом одежда обозначена и многосторонне охарактеризована с помощью названий.

По нашим наблюдениям, в составных наименованиях одежды в качестве

¹ Женский пояс, завязываемый галстучным узлом.

первого компонента регулярно используются количественные **числительные** и **квантификаторы**. Своим появлением в составе многих наименований одежды они обязаны появлению костюма. Первоначально слово *suit* обозначало всякую одежду, состоящую из двух и более частей; при этом не оговаривалось, сколько в костюме предметов. По мере развития торговых отношений между странами продавцы одежды стали различать “двойку” и “тройку”: *three-piece suit* “костюм-тройка”; *two-piece knitted dress* “женский вязаный костюм из двух предметов”; *two-piece combination (short top and long skirt)* “женский костюм с коротким верхней частью и юбкой с заниженной талией”.

Квантификаторы в составе названий одежды указывают на особенности изготовления и фасона изделий (примеры из журнала *Vogue*, 2004): *the bobble hat woven with double thread* – круглая шапочка из двойной нити; *jeans with double pockets are in fashion today*. Джинсы с двойными карманами сегодня в моде; *your twin set makes you much older than you are*. Этот гарнитур (состоящий из жакета и джемпера) старит тебя.

Таковы морфологические и словообразовательные характеристики членов английского лексико-фразеологического поля «Одежда». Отчасти они обусловлены общими закономерностями строя английского языка, а отчасти связаны с особенностями тематики данного поля.

1.5. Стилистические особенности англоязычных наименований одежды

Обратимся к стилевой стратификации английских наименований одежды. Наименования одежды обладают в английском языке разнообразными стилистическими характеристиками. Они дифференцированы по принадлежности к различным нормативным и функциональным стилям, относятся к разным подсистемам английского лексико-фразеологического фонда, обладают национально-специфичной экспрессивной и эмотивно-оценочной окраской, созданы путем применения различных выразительных и изобразительных средств и, в свою очередь, служат основой для создания наименований, не относящихся к лексико-фразеологическому полю «Одежда», а также включаются в состав фразеологических единиц и паремий.

Слова и обороты, относящиеся к числу варваризмов новофранцузского происхождения, обладают коннотациями, проистекающими из высокого престижа пользования соответствующими изделиями. Это обусловлено высокой репутацией французской моды, особенно кутюрье из Парижа, а также

большой дороговизной пошивочных изделий в салонах. В XVII – XVIII веках за французской модой следовала вся аристократия Европы, включая Англию и Россию. Приведем пример распространения моды под влиянием авторитета:

For centuries kings and nobles set the standards of dress. In the 17th century, King Louis XIII of France decided to wear a wig to cover his baldness. Before long, European nobles were shaving their heads and wearing wigs – a style that lasted more than a century. [School English, November 2003, p. 6]

В то время в английский язык вошло много французских наименований и формулировок, касающихся одежды. В классической литературе подобные названия нередко приводятся на языке оригинала (французском), например:

It is like a *bric-a-brac shop*, all monsters and dust, with everything priced above its proper value. [O. Wilde. The Picture of Dorian Gray]

Словосочетание *a bric-a-brac shop* означает “барахолка”, но, в отличие от русского названия, имеет коннотацию престижности, обусловленную его французским происхождением. До сих пор названия фирм, занимающихся продажей одежды, носят французские названия, несмотря на то, что изделия изготавливаются в других странах: *Laurel* (Германия), *Fendi* (Россия) и др. Обычай одеваться у французских кутюрье вызывает ассоциации с аристократическим стилем жизни, так как еще живо стереотипное представление о том, что аристократы живут прежде всего именно во Франции. Наименования одежды или фирмы, заимствованные из французского языка, несут оттенок престижности. Если употребляется заимствованное из французского языка наименование *lingerie*, оно ассоциируется в первую очередь с роскошным женским бельем, а исконное слово *underwear* – с более прозаическим мужским и женским «исподним».

Напротив, названия, относящиеся к области *second hand / sale*, которые ассоциируются с «ширпотребом» (вроде изделий, изготовленных в странах третьего мира), не несут престижных коннотаций. В России даже название филиалов французской фирмы *Tati* перестало считаться престижным (вероятно, из-за скидок и дешевых распродаж).

Многие привычные наименования (*skirt, trousers, belt, hat, sock* и т.п.) сами по себе стилистически нейтральны и обретают те или иные коннотации лишь в сочетании с другими словами (*a dress from Yves Laurent* и т.п.) либо при переосмыслении. Наряду с нейтральной лексикой существует большое количество экспрессивных, эмотивно окрашенных слэнгизмов и других коллоквиализмов, претерпевших семантическую транспозицию: *skirt* –

“привлекательная девушка”, *a piece of muslin* – “женщина / девушка”, *petticoats* – *собир.* “слабый пол, женщины”, *bad hat* – “негодяй, мерзавец”, *dunce’s cap* – “тупица” (в старину конусовидный бумажный колпак с буквой **D** надевали на голову неуспевающим ученикам) и мн. др.

В лингвистике различают целый ряд **функциональных стилей** (научный, канцелярский, официальный, публицистический и др.); однако, анализируя лексику, принадлежащую к полю наименований одежды, мы обнаружили, что эти наименования используются в основном в художественном, разговорном и просторечном стилях, а также в рекламе и СМИ.

Что касается **нормативных стилей**, следует отметить, что это категория культурно-историческая: в разные эпохи развития английского языка и культуры наиболее активно использовались разные стили. Так, в эпоху классицизма считалось, что существует особый стиль, для которого пригодны не все слова общенародного языка. Устанавливались нормы поэтического языка, касавшиеся выбора лексики (из которой устранялось всё грубое и «простое»), а также морфологических форм и синтаксических конструкций.

Творчество поэта XVIII века Дж. Т. Грея интересно для нас как один из примеров использования возвышенной лексики: оно характеризуется чертами, получившими развитие только в дальнейшем. Грей был предтечей европейского сентиментализма. Его излюбленным жанром были оды. Среди них одна из наиболее известных – «Ода на отдаленный вид Итонского колледжа».

Ode on a Distant Prospect of Eton College

*Ye distant spires ye antique towne’s,
That crown the wat’ry glade,
Where grateful Science still adores
Her Henry’s holy shade;
And ye, that from the stately brow ...*

Это обращение к шпилям и башням Итона, в котором приводится метафора *crown*, помогает ярче представить верхушки башни. При этом можно утверждать, что глагол *to crown*, да и существительное *crown* можно отнести к возвышенному стилю, так как в повседневной речи они редко используются в буквальном значении, а если и используются, то, как правило, с иронией (например, в современном переложении баллад о Робине Гуде, при описании короля, у которого была великоватая корона). К возвышенному стилю

относятся архаичные наименования, а также наименования из числа библеизмов (см. ниже таблицу 1.2).

К нейтральному стилю относятся те наименования, которые употребляются в повседневной речи. К этому стилю можно отнести большинство наименований, относящихся к современной одежде (*skirt, shirt, trousers* и т.д.). Сниженный же стиль примечателен тем, что интерес лингвистов к нему не угасает вот уже несколько десятилетий, и лингвистическая литература по данному вопросу весьма многочисленна. Стилистическая дифференциация лексики, относящейся к полю наименований одежды, затруднена тем, что границы стилей в определенной мере размыты.

Хотя просторечие отличается сжатостью синтаксических связей, в нем наблюдается и противоположная тенденция – к возникновению избыточности при именовании одежды (например, *snazzy darb rags*, букв. “отпадно-клевым прикид”), связанная в первую очередь с неподготовленностью, спонтанностью такой речи, а также со стремлением усилить экспрессивность путем повтора.

Ярко выраженный эмотивный, оценочный, экспрессивный характер носит особый, неоднородный слой лексики и фразеологии, называемый слэнгом и находящийся вне пределов литературной нормы. Важнейшими свойствами слэнга являются его грубовато-циничная экспрессивность, пренебрежительная и шутливая образность (см. ниже таблицу 1.2).

Таблица 1.2

**Наименования одежды,
принадлежащие к разным нормативным стилям**

elevated style (высокий стиль)	neutral style (нейтральный стиль)	low style (сниженный стиль)
<i>sackcloth</i> – рубище (библ. <i>to be in sackcloth and ashes</i>) <i>attire</i> – одеяние <i>to be clad</i> – быть облаченным <i>cassock</i> – сутана <i>amice</i> – омофор <i>to vest</i> – облачать <i>apparel</i> – одеяние, облачение	<i>skirt</i> <i>trousers</i> <i>shirt</i> <i>dress</i> <i>jacket</i> <i>breeches</i> <i>pants</i> <i>coat</i> <i>stockings</i> <i>socks</i> <i>necktie</i> <i>waistcoat</i> etc.	<i>rags</i> – шмотки <i>glad rags</i> – выгребной прикид <i>woolies</i> – подштанники <i>beaujuful</i> – позорный (прикид) <i>snazzy</i> – отпадный прикид <i>el cheapo</i> – дешевый прикид <i>darb</i> – клевым прикид <i>baddy</i> – отстойный прикид <i>falsies</i> – накладные буфера (лифчик с подбивкой) <i>cat-suit</i> – жен. комбинезон <i>dap</i> – расфуфыренный

В собранном нами материале 29% наименований одежды относятся к сниженному стилю (*rags, falsies, glad rags / finery*), 62% – к нейтральному стилю (*skirt, trousers, shirt, dress, jacket, breeches*) и 9% – к высокому стилю (*sackcloth, attire, cassock, amice*). Полученные данные позволяют сделать вывод, что наименования, относящиеся к сниженному стилю, количественно уступают нейтральным, но заметно преобладают над возвышенными.

Отметим также современную тенденцию к **сокращению** и стилистически маркированному **написанию** наименований одежды: *knickers* “короткие брюки со сборками на коленях” от *knickerbockers*, *bra* “лифчик” от *brassiere* “бюстгалтер”, *nightie* “ночнушка” от *nightgown / nightshirt* “ночная рубашка”, *pants* “брюки” от франц. *pantalon*, *flops* “шлёпки” от *flip-flops* “шлёпанцы”, *undie* “нижнее белье” от *underwear* (и др.)

При этом следует констатировать, что в сфере разговорных и просторечных английских названий одежды этот процесс протекает особенно интенсивно.

У американских подростков существует мода расписывать свою одежду; они пишут на своих майках и футболках всё, что заблагорассудится, используя для этого специальную несмывающуюся краску-клей. По данным молодежного журнала “Oops”, девушка по имени Крис (*Chris*) написала свое имя через заглавную букву *K* и с двойной буквой *s* (*Kriss*). «Так красивее», – объяснила она, отвечая на вопрос, зачем понадобилось исказить английскую орфографию. И она не одна; многие молодые американцы, разрисовывая свою одежду, используют вместо *c* букву *k* и пишут: *krazy, kap, kanion, magik* и т.п. Букву *k* вместо *c* можно увидеть и в названиях музыкальных клипов, и на компакт-дисках, и в журналах, и на вывесках. Скорее всего, это новое течение в орфографии, за которым можно угадать одну из черт будущего, наступающего для постоянно изменяющегося английского языка.

Таким образом, в сфере английских наименований одежды наблюдается разнообразие стилистических характеристик. Внешняя и внутренняя форма названий отражает как качество объекта, так и отношение субъекта к объекту.

1.6. Английские наименования одежды в аспекте билингвизма

В общем контексте рассуждений об английском лексико-фразеологическом поле «Одежда», в свете прикладных задач, представляется целесообразным вкратце рассмотреть вопрос о специфике речевого употребления входящих в него единиц в неаутентичной английской речи –

английской речи носителей русского языка (русскоязычных билингвов), осваивающих или уже освоивших английский язык в определенном объеме. Это должно способствовать, во-первых, выявлению идиоэтнической специфики значений и стратегий речевого употребления упомянутых языковых единиц носителями английского языка, а во-вторых, установлению ряда черт так наз. русского идиома английского языка (см.: [Савицкий, Плеханов 2001]), то есть той его модификации, которая формируется в языковом сознании русскоязычных билингвов, с целью приближения их иноязыковой и инокультурной компетенции к аутентичной.

С целью обнаружения этнолингвистической специфики у английских наименований одежды мы провели сопоставительный анализ статей из ряда английских толковых, а также англо-русских и русско-английских словарей, а с целью выявления отклонений от указанной специфики в речи русскоязычных билингвов мы провели опрос информантов, данные которого впоследствии сопоставлялись со словарным материалом. В опросе участвовали 30 студентов английского отделения факультета иностранных языков Самарского филиала МГПУ, выполнявшие задания на перевод с русского языка и составление английских словосочетаний и высказываний, содержащих наименования предметов одежды. Это позволило выявить особенности семантизации и употребления рассматриваемых английских языковых единиц в неаутентичной речи.

В толковых одноязычных словарях (например, словарях серий Oxford, Collins, McMillan, Hornby), больших англо-русских словарях (например, И.Р. Гальперин, В.К.Мюллер), а также специальных комбинаторных словарях (например, Э.М.Медникова, И.И.Убин) и справочниках по английскому словоупотреблению (например, J.V.Heaton & N.D.Turton, J.Povey, T.I.Arbekova) приводятся сведения о сочетаемости и значениях английских слов и оборотов, что помогает освоить стратегию их речевого употребления. Но на начальном этапе изучения английского языка освоение языковых единиц обычно сопровождается использованием малых двуязычных словарей, в которых русскому слову ставятся в соответствие лишь одно-два английских слова, которые нередко являются лишь *частичными* эквивалентами русских. С одной стороны, на первых порах это несколько облегчает освоение языка, но, с другой стороны, применение таких словарей может сослужить учащимся плохую службу, поскольку они склонны принимать приводимое в словаре русское слово за единственный и полный эквивалент английского. Этому способствует характерное для начального этапа обучения наивное представление о том, что

языки изоморфны лексически и грамматически.

В результате в английской речи русскоязычных билингвов регулярно наблюдается невольное искажение значений английских номинативных языковых единиц (их неоправданная семантическая транспозиция). В первую очередь сюда относится **семантический перенос**. Этот термин, как правило, обозначает создание нового значения путем метафорического/метонимического переосмысления слова; в обоих случаях объемы исходного и производного значений не пересекаются (они внеположены). При анализе семантических изменений в словах языка-источника под влиянием родного языка иностранцев мы используем термин *семантический перенос* в более широком смысле – для обозначения всех тех случаев, когда английскому слову приписывается значение, не пересекающееся по объему ни с одним из его подлинных значений. Нами обнаружены две разновидности такого переноса. Рассмотрим их по отдельности.

Перенос, обусловленный сходством слов в плане содержания

Если английское слово совпадает с русским в одном или нескольких (не во всех) значениях, то ему иногда приписываются и остальные значения русского слова. Например, англ. *to dress* и рус. *одеваться* совпадают в одном из значений (“надевать на себя одежду”), но, кроме того, русское слово имеет значение “пользоваться услугами модельера”, не присущее его английскому эквиваленту. По данным проведенного нами опроса, русскоязычные билингвы приписывают английскому глаголу *to dress* и это значение, что обуславливает создание неправильных сочетаний **to dress at French fashion designers* (калька с рус. *одеваться у французских кутюрье* вместо нормативного *to buy from French fashion designers*); **an evening dress till floor* (калька с рус. *вечернее платье до пола* вместо нормативного *a full-length evening dress*) и т.п.

Ср. также зафиксированные нами кальки с русских словосочетаний, содержащие английское существительное *dress*:

**The dress is sitting on her perfectly* (калька с рус. *Платье сидит на ней отлично* вместо *the dress fits her perfectly*). **She had a silk beaned dress on* (калька с рус. *На ней было шелковое платье в горошек* вместо *She was wearing a silk polka dot dress*). **The dress comes to her* (калька с рус. *Это платье ей идет* вместо *~ suits her*). **I'm sewing myself a new dress* (калька с рус. *Я шью себе новое платье* вместо *I'm having a new dress made*).

В приведенных примерах русские значения, относящиеся к предметной

области «Одежда», ошибочно приписаны английским словам *sit, beaned, come*, не входящим в соответствующее английское лексико-фразеологическое поле.

Следует отметить, что, хотя английский корень *-dress-* и рус. *-деть-* имеют общее значение, ряду русских устойчивых и полустойчивых сочетаний, содержащих глаголы с этим корнем, в ряде случаев соответствуют английские сочетания, содержащие глаголы с другими корнями. Ср.: надеть рубашку – *to put on a shirt*; быть одетым в пальто -- *to be wearing a coat / have a coat on*; одеться / раздеться – *to put on / take off one's clothes*; переодеться – *to get changed / change (into / out of)*; разодеться – *to be dap (colloq.)*

Эти различия демонстрируют, что модель сочетаемости слова – не строгий алгоритм; сходство значений разноязыковых слов (*to dress – одеваться*) не гарантирует изоморфизма моделей их сочетаемости. Во избежание калькирования несовпадающие сочетания требуют запоминания целиком.

Под влиянием русских слов русскоязычные билингвы иногда ошибочно приписывают английским словам некоторые значения их русских эквивалентов. Приведем примеры.

1. Под влиянием русского слова *швейный* английскому прилагательному *sewing* “шьющий” (например, *sewing machine*) русскоязычные билингвы приписывают также значение “шитый”; отсюда неверное сочетание **sewing products* (калька с рус. *швейные изделия* вместо *ready-made garments*). Кроме того, прилагательному *sewing* приписывается значение “пошивочный”; отсюда неверные сочетания *sewing factory / shop* (кальки с рус. *швейная фабрика / швейный / пошивочный цех / ателье* вместо *garment factory / shop*). Эта неверная семантизация английского слова обусловлена механическим переносом значений с русских слов на английские наименования.

2. Под влиянием русского слова *швея* английскому существительному *seamstress* приписывают значения, присущие русскому слову: *швея-мотористка* – **motor seamstress* вместо *electric sewing machine operator*; *швея-ручница* – **hand seamstress* вместо *hand finisher* (ручную работу над изделием выполняют в самом конце изготовления).

3. Под влиянием русского слова *бабочка* (в значении “вид галстука”) это значение приписывается английскому слову *butterfly* (вместо того, чтобы употребить подлинное английское название *bow-tie / dicky-tie*). Отсюда неверные высказывания типа *He wore a butterfly on official occasions*.

Перенос, обусловленный сходством слов в плане выражения

Эта разновидность переноса значения характерна для лексических интернационализмов. Под влиянием сходства слов по внешней (звуковой) или внутренней форме английскому слову придается значение русского слова. В результате сочетаемость английских наименований одежды в ряде случаев нарушается. Ниже перечисляются типы этих нарушений.

1) **Перенос по сходству внешней формы.** Например, английскому слову *fabric* “ткань” придается значение русского слова *фабрика* (отсюда **clothes fabric* вместо *garment factory*); слову *jacket* “мужской пиджак или френч” – значение рус. *жакет* (отсюда **a knitted jacket* вместо ~ *blouse*); слову *topic* “тема” – значение рус. *топик* “летняя маечка” (отсюда **a topic from Carthier* вместо *a top* ~); слову *combination* “ансамбль (из предметов одежды)” – значение рус. “комбинация (вид женского белья)” (отсюда **a nylon combination* вместо ~ *slip*) и др. Русскоязычные информанты составили следующие высказывания: **I prefer to order dresses instead of buying ones made at a fabric* (вместо *I prefer tailor-made dresses to ready-made ones*). **A topic and a sarong are comfortable for walking along the beach* (вместо *A top and a sarong*). **Her silk combination is luxurious* (вместо *Her silk slip*). Последняя фраза вызвала у носителя английского языка естественный вопрос: “A combination of what?”

Интересно отметить, что носители английского языка тоже осуществляют такой перенос при заимствовании из русского языка. Так, заимствовав русское слово *бабушка* (в форме *ba`boushka*), они придали ему значение “женский головной платок”; форме множ. числа слова *sable*, восходящего к рус. *соболь*, они придали значения “шуба из дорогого меха (не обязательно собольего)” и “траурное одеяние”; от русского топонима *Астрахань* они образовали английское слово *astrakan* со значением “каракульча или шуба из нее” (по месту изготовления). Эта первоначально неверная семантизация русских слов впоследствии стала вполне «законным» фактом английского языка.

2) **Перенос по сходству внутренней формы.** В собранном нами материале встретилось лишь небольшое количество таких примеров. Английский идиоматический оборот *(in) shirt sleeves* “(в) жилет(е)” иногда ошибочно осмысливается русскоязычными билингвами буквально, в значении “(в) рукава(х) от рубашки”. Сочетание *sports suit / sporting suit* зачастую понимается и употребляется носителями русского языка в привычном им смысле “спортивный костюм (вязанный гимнастический костюм)”, тогда как на самом деле это словосочетание обозначает приталенный мужской костюм

особого элегантного покроя для посещения спортивных мероприятий (вязанный гимнастический костюм называется *tracksuit*).оборот *in full dress* нередко понимается как “полностью одетый”, однако в действительности он означает “при полном параде, в официальном, вечернем и т.п. наряде”. Неверная семантизация английских слов и оборотов в таких случаях проистекает из наличия у них приращенного (идиоматического) смысла.

3) **Комбинированный тип.** Некоторые случаи относятся одновременно к типам 1 и 2. Например, англ. *master* и рус. *мастер* совпадают в одном из основных значений (“умелец, знаток своего дела”), а также по звуковой форме. Под влиянием обоих факторов на английское слово иногда переносится значение “модельер / портной”, которое присуще русскому слову. Отсюда неверные сочетания **sewing master* (калька с рус. “мастер по шитью” вместо *sewer*); **knitting machine master* (калька с рус. *мастер машинного вязания* вместо *knitting machine operator*), *ladies’ master* (калька с рус. *дамский мастер* вместо *ladies’ clothes designer*) и т.п.

Иногда наименованиям одежды ошибочно приписываются значения, относящиеся к другим тематическим областям. Так, русское слово *шапка*, помимо прочего, обозначает верхушку официального бланка; поэтому носители русского языка порой употребляют английское слово *hat* в сочетании **the hat of the document*.

В английском научно-техническом языке существует немало терминов, которые производны от наименований одежды (см. Приложение, раздел б). Аналогичные термины имеются и в русском языке. Но метафорика английских и русских терминов в ряде случаев не совпадает. Под интерферирующим влиянием русской терминологии некоторые такие английские термины иногда употребляются носителями русского языка в не присущих им значениях. Так, английское слово *skirt* может ошибочно использоваться русскими в значении “техническая загородка вокруг оборудования”, которое имеется у русского технического термина *юбка*. В данном случае следует использовать слово *fence*.

Термин *hood* в общеупотребительном языке имеет значение “капюшон”, а в составе технической терминосистемы – значение “колпачок”, однако в этом значении русскими ошибочно используются слова *cover* или *cap*.

Наряду с тенденцией к переносу на английские слова значений сходных с ними русских слов наблюдается и обратная тенденция: многие английские слова не употребляются русскими в тех значениях, которых нет у сходных русских слов. Так, англ. *kimono* часто переводится как “кимоно”, но никогда – как “свободный, не облегающий”, потому что такого значения нет у русского

слова *кимоно*; например, широкий рукав особого покроя по-английски зовется *kimono sleeve*, даже если речь не идет о японском кимоно или европейской одежде, имитирующей фасон кимоно. Ср. также: *jacket* – “(женский) жакет”, но редко – “(мужской) китель / пиджак”; *shorts* – “шорты”, но не “трусы” (в американском английском); *jumper* – “джермпер”, но не “тельняшка”; *costume* – “костюм”, но не “платье / одеяние (в обобщающем значении)”; *crown* – “корона”, но не “тулья (шляпы)”; *fashionable* – “модный, фешенебельный”, но не “великосветский”; *uniform* – “форменный”, но не “единый, единообразный”; *tunic* – обычно “туника”, но редко – “китель / френч” (и т.п.).

Это приводит к тому, что в английской речи носители русского языка редко или совсем не образуют сочетания: *fashionable circles of society* – “великосветские (а не модные) круги общества”, *uniform clothes* – “однотипная (а не форменная) одежда”, *officer's jacket* – “офицерский китель”, *a pair of shorts* – “трусы”, *to dress in the XVIII century costumes* – “одеваться в платье XVIII века”, *the crown of a hat* – “тулья шляпы”.

В ряде случаев обе тенденции проявляются в речевом употреблении одного многозначного слова. Это бывает тогда, когда не отдельные значения, а целые семантические структуры английского и русского слов сдвинуты относительно друг друга. Так, англ. *greatcoat* и рус. *шинель* имеют общее значение “военная форменная верхняя одежда”, но английское слово, кроме того, имеет значение “длиннополое драповое пальто”, отсутствующее у его русского эквивалента, а русское слово имеет также историческое значение “чиновничья, студенческая и т.п. форменная верхняя одежда”, которого нет у его английского эквивалента.

Наряду с семантическим переносом русскоязычные билингвы в ряде случаев осуществляют неправомерное **сужение** значения английского слова. Например, слово *coat* они переводят на русский язык и употребляют в своей английской речи главным образом в значении “пальто”, хотя на самом деле это слово обозначает практически любую верхнюю одежду, обычно с рукавами, в основном мужскую: *raincoat* “плащ”, *suit coat* “пиджак”, *French coat* “френч”, *greatcoat* “шинель”, *tail-coat* “фрак”, *waistcoat* “жилет” и др. Вероятно, это связано с тем, что на начальных этапах обучения они пользуются малыми англо-русскими словарями, а в них на слово *coat* дается в основном лишь один русский эквивалент – *пальто*. Впоследствии эта взаимно-однозначная связь закрепляется и сохраняется в их языковой памяти. В других случаях русскоязычные билингвы осуществляют неоправданное **расширение** значения английского слова. Так, словом *trousers* они нередко называют все виды

одежды, носимой ниже пояса – брюки, штаны, бриджи, панталоны и др., но на деле слово *trousers* обозначает лишь один вид такой одежды, а для именованя других ее видов следует применять слова *breeches, gallifet, pants, bottoms, slacks, denims, jeans, drawers, culottes, trunks*. По-видимому, это связано с бедностью их словарного запаса – из всех членов этого тематического ряда им известна в основном лишь его доминанта (*trousers*).

1.7. Структурные и семантические нарушения в речи русскоязычных **билингвов**

Нарушения идиоэтноизма / аутентичности речи на уровне словосочетаний можно классифицировать не только по вызвавшим их причинам, но и по иным признакам: структурным и семантическим. С этих позиций мы различаем два вида нарушений. Рассмотрим их по отдельности.

Комбинаторные нарушения

Они проявляются в таком соединении слов, которое запрещено системой или не рекомендовано нормой английского языка, и приводят к возникновению сигнификативной некорректности словосочетаний (образованию внутренне противоречивых значений) или их нормативной некорректности: **the profession of a tailor (tailor is a trade, not a profession)*. Приведем примеры нормативной некорректности: **a beaned dress* (вместо *polka dot dress*); *fir-tree pattern* (вместо *herringbone pattern*).

Неверная семантизация английских наименований

Английским словосочетаниям приписываются не те значения, которые им объективно присущи, что ведет к возникновению денотативной некорректности словосочетаний. Например, словосочетанием *two-piece combination* иногда ошибочно называют комбинезон, соединяющий верх и низ, в то время как в аутентичной английской речи оно обозначает любое сочетание верха и низа (например, блузки с юбкой). В общении русских с носителями английского языка такие нарушения в ряде случаев приводят к коммуникативному сбою. Нами зафиксированы следующие примеры из реальной стихии общения.

Русский, пригласив американку в гости, сделал ей комплимент по поводу ее нарядного жакета (блузки).

Russian host: *What a nice jacket you have!*

American guest (somewhat taken aback): *How do you know I have a jacket?*

Недоразумение основано на том, что русский собеседник по аналогии с русским словом *жакет* назвал словом *jacket* наряд, который по-английски называется *blouse*; американка же поняла слово *jacket* в том смысле, в каком оно употребляется носителями английского языка: “пиджак, китель (не обязательно мужской)”. Поскольку на ней в тот момент не было такой одежды, она удивилась: откуда ее русский собеседник знает, что у нее дома такая одежда имеется? Этот коммуникативный сбой обусловлен еще и тем, что русский неправомерно употребил глагольную форму *have* в смысле “имеете на себе (сейчас)”, а американка, естественно, поняла ее в действительно присутствующем ей смысле “имеете, владеете (вообще)”. В данном контексте следовало употребить продолженную форму *are having on* или *are wearing*.

Кстати, говоря о глаголе *to wear*, следует отметить, что в языковом сознании русскоязычных билингвов он в первую очередь ассоциируется с глаголом *носить* и потому употребляется ими лишь в тех случаях, когда в русской речи они употребили бы этот глагол (*носить брюки – to wear trousers*). Глагол *носить* не употребляется в ситуативном (ситуативном) смысле. Фраза *Она несет брюки* означает, что женщина несет брюки в руках, а не одета в брюки. Англичане же различают значения “носить (одежду)” – “быть одетым (в)” с помощью грамматических форм глагола *to wear*. Ср.:

She wears trousers – Она (обычно) носит брюки.

She is wearing trousers – Она (сейчас) одета в брюки.

Поскольку у глагола *носить* нет ситуативного значения, связанного с ноской одежды, русские не склонны употреблять его эквивалент *to wear* в этом значении. Как правило, они используют кальку: *Она одета в брюки – She is dressed in trousers* или (реже) *She has trousers on*. Система английского языка допускает это; отклонение от идиоэтноизма английской речи в данном случае состоит в *неупотреблении* нормативных оборотов типа *She is wearing trousers*.

Приведем еще один зафиксированный нами пример коммуникативного сбоя в разговоре об одежде. Русская покупательница в британском магазине попросила показать ей женские спортивные штаны:

Russian customer: *Will you show me sports slacks?*

American shop assistant: *Here you are.*

Продавщица показала покупательнице мужские спортивные штаны. Ошибка заключается в том, что женские спортивные штаны называются *bloomers* (по имени американки А.Блумер, которая в середине XIX века

разработала модель женского брючного костюма).

По нашим наблюдениям, взаимопонимание между русскими, говорящими друг с другом по-английски, достигается в целом легче, чем между русскими и носителями английского языка. Это объясняется тем, что русские общаются друг с другом на одном и том же идиоме (Russian English), а с носителями английского языка – на разных идиомах (Russian English – English English). То, что с позиций английского языка-источника представляется некорректным, в рамках русского идиома английского языка является статистической нормой. Это подтверждает тезис о том, что данный идиом представляет собой устойчивую коммуникационную систему массового применения, обладающую собственными структурными и функциональными закономерностями.

Во избежание вышеописанных нарушений семантизация английских слов и устойчивых оборотов должна, на наш взгляд, начинаться с их точной дефиниции, отражающей семный состав и структуру значения, и сопровождаться комментарием модели сочетаемости слова. Для активного использования слова в речи недостаточно знать его референтную соотнесенность (то есть, в семиотических терминах, сигматический аспект языкового знака). Помимо сигматики слова, необходимо иметь четкое представление о его семантике, прагматике и синтактике. Столь полные сведения о слове на начальных этапах учебного процесса могут показаться излишними, но ведь при их дефиците учащиеся невольно заполняют лакуны сведениями из русского языка, что приводит к формированию «русско-английской» языковой компетенции. Лучше всего сразу учить навыкам аутентичной английской речи, чем от этапа к этапу ломать устоявшиеся речевые стереотипы, приближая их к аутентичным.

Понятийный компонент значения слова включает категориальные, гиперкатегориальные и субкатегориальные семы. Категориальные семы в своей совокупности составляют данное понятие и относят объект номинации к данному виду объектов. Гиперкатегориальные семы относят данный вид объектов к родам разных уровней абстракции. Субкатегориальные семы связаны с выделением подвидов у данного вида объектов. Например, понятийный компонент значения английского слова *raincoat* содержит категориальные семы [плащ], [непромокаемый], гиперкатегориальные [верхняя одежда], а также субкатегориальные [с рукавами], [в виде накидки], [с капюшоном], [универсальный], [унисекс] и др.

Объединяться в словосочетания могут такие слова, у которых понятийный компонент значения зависимого слова совпадает с

субкатегориальной семьей значения главенствующего слова (это правило не распространяется на образные словосочетания, в которых допустимо нарушение норм комбинаторики). Так, значение “добротный / -ая” у слова *high-quality* совпадает с субкатегориальной семьей [добротный] в значении слова *raincoat*, поэтому словосочетание *high-quality raincoat* допускается упомянутым правилом.

Данное правило не допускает соединения таких слов, у которых значение зависимого слова совпадает с категориальной семьей главенствующего слова (**waterproof raincoat, *moisture-resistant raincoat*); такие сочетания избыточны семантически. Не допускается и соединение таких слов, у которых значение зависимого слова совпадает с гиперкатегориальной семьей главенствующего слова (**outer raincoat, *clothing raincoat*); такие сочетания тоже семантически избыточны. Кроме того, данное правило запрещает соединение слов, у которых значение зависимого слова не совпадает ни с одной семьей главенствующего слова (**mathematical raincoat, *juicy raincoat*); такие сочетания бессмысленны.

Описанное правило носит универсальный логический и межъязыковой характер. Поэтому, если разноязыковые слова понятийно совпадают и если на их сочетаемость не влияют другие факторы, сочетания таких слов изоморфны, а значит, взаимно не идиоматичны. Например:

англ. *black skirt* – франц. *jupe noire* – нем. *schwarze Rock* – рус. *черная юбка*;

англ. *to put on a dress* – франц. *mettre une robe* – нем. *das Kleid anziehen* – рус. *надеть платье*.

Если бы значения слов всегда совпадали с понятиями, а их сочетаемость определялась бы только логикой вещей, то структура речи на разных языках была бы значительно более единообразной. Однако естественный язык – не логическое исчисление. Он устроен намного сложнее, что и обуславливает высокий идиоматизм речи на каждом языке. Унификации речи на разных языках препятствуют исторически обусловленные различия в познавательном опыте народов, мифологизм и метафоризм языков и другие этнокультурные факторы.

На ранних этапах становления фразеологической теории фразеологизмы противопоставлялись «свободным» сочетаниям слов в том плане, что у первых сочетаемость лексических компонентов обусловлена системно-языковыми факторами, а у вторых она продиктована логикой внеязыковой реальности.

Но уже в то время В.В.Виноградов (1946; цит. по изд. 1972 г.) отмечал: «Большая часть слов и значений слов ограничена в своих связях внутренними

семантическими отношениями самой языковой системы ...» [Виноградов 1972: 64]. Правда, В.В.Виноградов называл такие словесные значения несвободными (связанными) и относил словосочетания со связанным значением одного из лексических компонентов к числу фразеологических сочетаний (единиц языка). Но вышеприведенное высказывание, а также утверждение В.В.Виноградова о том, что «многие слова вообще лишены свободных значений» и что «лексическое значение многих слов реализуется только в словосочетаниях» [там же: 52], наводят на мысль, что системные ограничения на сочетаемость слов слишком многочисленны, чтобы служить показателем отнесения всех таких сочетаний к числу единиц языка (а не речи).

Тот факт, что структуры многих сочетаний слов совпадают в ряде языков (напр. англ. *fashionable clothes* – франц. *vetements a la mode* – нем. *modische Kleider* – рус. *модная одежда*), на наш взгляд, еще не означает, что в этих случаях сочетаемость слов ограничена только природой вещей и логикой экстралингвистической реальности. Такое совпадение обусловлено тем, что в этих случаях сочетаемость одинаково регламентируется не только логическим, но и лингвистическим фактором, то есть не только совпадением понятий, но и совпадением значений разноязычных слов. Если же их значения не изоморфны, то не изоморфны и сочетания слов, выражающих одну и ту же мысль. Ср.:

The cloth doesn't shrink – Эта ткань не садится (неверно: *Эта ткань не съезживается).

This cloth is guaranteed not to fade – Эта ткань не выцветает (неверно: *Эта ткань гарантирована не увядать).

Princess Diana began to buy from famous clothes-makers (A.Gilchrist) – Принцесса Диана стала одеваться у знаменитых кутюрье (неверно: *Начала покупать у знаменитых изготовителей одежды).

Это «свободные» (фразеологически не связанные) сочетания, но они структурно не совпадают, хотя совпадают понятийно. Упомянутые различия обусловлены тем, что семантические системы этноязыков не изоморфны, а значит, одна и та же мысль по-разному кодируется лексическими средствами этих языков.

Е.Ф.Тарасов отметил: «Идеальный образ предмета, то есть значение, ... не зависит целиком от самого предмета, а в значительной мере зависит от той познавательной деятельности, которая была направлена на этот предмет» [Тарасов 1983: 47]. Аналогичную мысль высказал А.М.Шахнарович: в языковом знаке отображается не предмет, а его когнитивная структура, выработанная в процессе культурно-исторического развития народа

[Шахнарович 1983: 90]. Поскольку познавательный процесс связан с особенностями развития этноса, эти особенности закрепляются в значениях языковых единиц. Результатом данного процесса является лексическое значение слова – комплекс семантических признаков, чей состав и строение носят идиоэтнический характер. Отдельные (пусть даже многочисленные) случаи межъязыкового совпадения не противоречат этому тезису, так как этнокультуры и этноязыки не могут различаться во всем: имеются и изоморфные участки.

Внеязыковая действительность видится носителям языка сквозь «сетку» языковой семантики. Семантическая система языка включает в себе модель отражения окружающего мира, а лексическое значение слова – модель отражения того или иного фрагмента мира.

Модель отражения тесно связана с моделью сочетаемости слова. Можно утверждать, что это «две стороны одной медали» (модели): в сочетаниях данного слова с другими словами разворачивается та когнитивная структура, которая свёрнуто представлена в модели отражения, содержащейся в значении слова. Национальная специфика модели отражения проявляется в особенностях сочетаемости слова. Это не всегда выражается в семантической «связанности» слова. На практике под «связанностью» слова (или его лексико-семантического варианта) понимается ограниченность его сочетаемости одним-шестью словами. Национальная специфика сочетаемости слова далеко не всегда подразумевает столь резкие ограничения. Так, по данным словаря С.К. Фоломкиной [2000], английское существительное *coat* в значении “пальто” сочетается с 30 словами. Например: *tailored coat* “пальто, сшитое на заказ”, *hooded coat* “пальто с капюшоном”, *coat with a warm lining* “пальто на теплой подкладке”, *coat lined with fur* “пальто на меховой подкладке”, *well-cut coat* “пальто хорошего покроя” (и т.д.)

Из 30 рассмотренных нами английских устойчивых и полуустойчивых атрибутивных сочетаний с существительным *coat* в указанном значении 12 оказались анизоморфны русским наименованиям: *fur coat* – *шуба* (неверно: **меховое пальто*), *rain coat* – *дождевик* (неверно: **дождевое пальто*), *spring coat* – *демисезонное / осеннее пальто* (неверно: **весеннее пальто*), *trench(-)coat* – *плащ с поясом* (неверно: **траншейное пальто*), *sheepskin coat* – *тулуп* (неверно: **пальто из овечьей шкуры*), *car coat* – *полупальто* (неверно: **автомобильное пальто*) и др.

Остальные из имеющихся в нашем материале сочетаний с этими словами в этом значении на двух языках изоморфны друг другу: *winter coat* – *зимнее*

пальто, light coat – легкое пальто, warm coat – теплое пальто, poplin coat – поплиновое пальто (и т.д.)

Английские и русские наименования ряде случаев не совпадают по объему. Одному и тому же наименованию на английском языке могут соответствовать два и более наименований на русском и наоборот. Это называется взаимно-неоднозначным соответствием. Приведем пример.

Англ. *hat* и *cap* обозначают почти любой вид головного убора (кроме тех, за которыми традиционно закреплены особые названия: *panama, headscarf, bonnet* и т.д.). Если русскому слову *шляпа* (головной убор с тульей и полями) обычно соответствует английское *hat*, то слово *шапка* (преимущественно теплый и мягкий головной убор), слово *кепи / кепка* (с козырьком) и слово *фуражка* (обычно форменная) передаются то английским словом *hat*, то английским словом *cap*. Соотношение между ними носит взаимно-неоднозначный характер (см. ниже таблицу 1.3). Наименования не строятся каждый раз заново в актах речи; их необходимо знать целиком.

На сочетаемость слов влияют три фактора:

- 1) закономерности экстралингвистической реальности;
- 2) особенности речевой нормы;
- 3) устройство языковой системы.

Таблица 1.3

Взаимная неоднозначность межъязыковых соответствий

шляпа	шапка	кепи / кепка	фуражка
1. bowler hat	1. astrakhan cap	1. workman's cap	1. peaked cap
2. mink hat	2. fox cap	2. corduroy hat	2. seaman's cap
3. trilby hat	3. woollen hat	3. flat hat	2. officer's hat / cap
4. loden hat	4. musquash cap	4. jockey cap	
5. pork-pie hat	5. knitted hat		

Преобладание первого (внеязыкового) фактора обуславливает порождение интернациональных (неидиотничных или минимально идиотничных) речевых (переменных) сочетаний слов (например, *large hat – большая шляпа*).

Превалирование второго (нормативного) фактора обнаруживается в слабо-устойчивых (промежуточных между речевыми и языковыми) сочетаниях слов, характеризующихся несколько большей степенью идиотнизма (например, *sailor's cap – бескозырка*).

Доминирование третьего (системно-языкового) фактора наблюдается в высокоустойчивых (языковых) сочетаниях слов, которые демонстрируют еще больший идиоэтноизм (например, *Stetson hat* – ковбойская шляпа).

Границы между этими разрядами размыты.

Таким образом, английские устойчивые и полуустойчивые наименования одежды обладают большей или меньшей степенью лингвистической (нормативно-речевой и системно-языковой) специфики, которая должна учитываться при усвоении данного лексико-фразеологического поля русскоязычными билингвами. Такое усвоение должно осуществляться на основе использования только аутентичного английского языкового материала и широкого применения имитационной и ролевой игры по игровым сценариям, по возможности максимально приближенным к подлинным сценариям, входящим в состав английской лингвокультуры. При введении и семантизации английских наименований одежды следует как можно скорее переходить от англо-русских и русско-английских словарей к английским толковым словарям и справочникам по словоупотреблению, в которых наглядно представлены семный состав и структура английских наименований одежды. Это будет способствовать повышению точности понимания, правильности референтного соотношения и корректности сочетания таких наименований в английской речи носителей русского языка.

Выводы по главе 1

В Главе 1 рассмотрены собственно лингвистические свойства лексико-фразеологического поля «Одежда».

Дано определение и общая характеристика пулевого подхода в лингвистике.

Перечислены виды полей, охарактеризованы особенности того вида поля, который анализируется в нашей работе, а именно лексико-фразеологического поля.

Введены основные когнитивные категории, входящие в лингвистический инструментарий и использованные в ходе настоящего исследования: коллективное представление, понятие, концепт, культурный концепт, лингвокультурный концепт.

Проанализирована общая структура английского лексико-фразеологического поля «Одежда».

Выявлены и описаны морфологические и словообразовательные особенности рассматриваемого поля, а также его стилистические характеристики.

В прикладном аспекте проанализирована специфика семантизации и речевого употребления английских названий одежды русскоязычными билингвами и намечен ряд путей борьбы с возникающими отклонениями от подлинной речи с присущим ей идиоэтнолизмом.

Основные выводы, сделанные в главе 1 на основе анализа собранного материала, сводятся к следующему.

Общая структура английского лексико-фразеологического поля «Одежда» складывается из ряда частных структур, которые путем суперпозиции образуют общую структуру. К их числу относятся деление поля на ядро и периферию; гиперо-гипонимическая иерархия членов поля, построенная не по классификационному, а по типологическому принципу; деление лексики и фразеологии, входящей в поле, на безэквивалентную (собственно реалии и квази-реалии) и неспецифическую; стилевая стратификация членов поля.

Основными способами словообразования, используемыми при создании лексической части поля, являются словосложение, словопроизводство и грамматическая конверсия с преобладанием словосложения. Семантическая деривация и второстепенные способы словообразования слабо представлены в рассматриваемом поле. Составные наименования тоже широко представлены в анализируемом поле; при этом они имеют тенденцию к лексикализации, что обусловлено аналитическим характером строя английского языка. Среди лексических и фразовых единиц преобладают двухэлементные; это свидетельствует о том, что, по-видимому, двух семантических признаков в основном достаточно для идентификации и дифференциации денотата в данной предметной области.

Безэквивалентная лексика и устойчивые словосочетания (собственно реалии и квази-реалии) в рассматриваемом поле составляют хотя и не большую, но значительную часть (около 35%) языковых единиц. Это говорит о своеобразии данной английской предметной области – впрочем, скорее в ее исторической, чем современной части, что обусловлено тенденцией к унификации, характерной для нынешней европейской монокультуры.

Английские наименования одежды демонстрируют большое стилистическое разнообразие и с этих позиций стратифицируются по ряду

оснований. Лексику и фразеологию, относящуюся к этой области, можно подразделить на: книжно-литературную – разговорную – просторечную; общеупотребительную специальную; экспрессивную– неэкспрессивную; возвышенную – нейтральную – сниженную. Но, несмотря на это разнообразие, количественно преобладает общеупотребительная нейтральная лексика.

Русскоязычные билингвы под влиянием интерференции родного языка подвергают неверной семантизации (неоправданному переносу, сужению и расширению значений) английские наименования одежды, а также искажают их семантическую структуру (приписывают им значения их русских эквивалентов и не используют их в тех значениях, которые не присущи их русским эквивалентам). Кроме того, они допускают нарушения их лексической сочетаемости и семантической комбинаторики по схемам русского языка. В целях борьбы с этими отклонениями от подлинности и идиоэтнизма речи необходимо шире задействовать аутентичный языковой материал и в большей мере практиковать имитационную и ролевую игру по игровым сценариям, приближенным к реальным сценариям английской лингвокультуры.

Глава 2. ЛИНГВОСТРАНОВЕДЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛИЙСКОГО ЛЕКСИКО - ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОГО ПОЛЯ «ОДЕЖДА»

2.1. Лингвострановедческий анализ лексики и фразеологии

Стыковые отрасли обязаны своим возникновением тому факту, что перекодирование информации с языка одной науки на язык другой (других) приводит к осмыслению объекта на новых теоретических основаниях, на более высоком уровне и позволяет добиться результатов, вряд ли достижимых при одностороннем подходе. Дву- и многосторонний подход, предполагающий наложение друг на друга альтернативных моделей объекта, дает возможность создать его объемную картину и на этой основе заметно расширить область прикладного использования полученных данных: обучение языкам, перевод, пропаганда, реклама, пиар, NLP, психотренинг, психотерапия, автоматический синтез и анализ речи, разработка программ искусственного интеллекта и др. Одной из таких стыковых наук во второй половине XX столетия стало лингвострановедение. С его позиций стали рассматриваться различные предметные области этнических культур в тесной связи с их языковой репрезентацией – пищевые продукты, жилище, предметы хозяйственного обихода и многое другое, в том числе не в последнюю очередь – одежда, как она представлена в семантике языковых знаков.

Лингвострановедение, возникшее во второй половине XX столетия на Западе под названием *linguistic study of civilization* и сформировавшееся в междисциплинарную научную отрасль усилиями Р.Ладо, Д.Хаймса, М.Дуглас и ряда других зарубежных лингвистов, в дальнейшем получило наиболее активное развитие и детальное теоретическое обоснование в семидесятые – восьмидесятые годы в трудах отечественных лингвистов Е.М.Верещагина, В.Г.Костомарова, Г.Д.Томахина, В.В.Ощепковой, их коллег и последователей. В рамках этой отрасли был поставлен вопрос о необходимости изучать этноязык в неразрывной связи с социокультурным контекстом его функционирования.

Лингвострановедение – это наука не только смежная, но и в значительной мере пересекающаяся с лингвокультурологией по объекту, материалу, предмету и методам исследования. То же можно сказать о связи лингвострановедения с теорией языковой личности. В то же время оно имеет ряд существенных отличий от вышеназванных отраслей, одно из которых состоит в том, что

лингвострановедение в меньшей мере затрагивает глубинные, внутренние исторические пласты культуры, ее аксиологическое ядро, и в большей степени направлено на изучение «поверхностных», непосредственно наблюдаемых культурных пластов – совокупности так называемых культурных реалий, составляющих экзотику образа жизни данного народа в ее непосредственной связи со спецификой лексики и фразеологии данного языка.

Отличительными чертами реалии являются ее связь с определенной страной, народностью, социальной общностью и принадлежность к тому или иному культурно-историческому периоду.

Обращаясь к таким культурным реалиям, как предметы одежды, отметим, что уже на заре человечества был создан первый покров для защиты тела от холода и помощи в борьбе за выживание. Прямыми предшественниками одежды были татуировка, окрашивание тела и нанесение на него магических знаков, с помощью которых люди пытались предохранить себя от злых духов, утратить врагов и расположить к себе друзей. Большую роль при этом играли украшения, которые вместе с татуировкой, прической или головным убором нередко составляли весь костюм человека в первобытные времена.

В костюме отразились все стадии развития общества. Идеалом человека Древней Греции был воин-атлет с великолепно тренированным телом, поэтому костюм греков только слегка подчеркивал линии фигуры, но не искажал их.

В Средние века, в период господства христианских догм, человеческое тело, особенно женское, считалось греховным. С помощью костюма формы тела скрадывались под тяжелыми и пышными тканями.

Эпоха Возрождения провозгласила ценность индивидуума, его мыслей, эмоций и ощущений. В эту эпоху костюм стал более удобным, как бы выражая гармонию внутреннего и внешнего в человеке.

В нынешнюю эпоху развития европейской монокультуры, с ее тенденциями к индивидуализму и гедонизму, постановкой во главу угла интересов отдельной личности и прбва человека на счастье и благополучие, произошла сексуальная революция, результатом которой явилось внутреннее и внешнее раскрепощение человека, преодоление многих запретов в области отношений полов и повышение перmissивности половой морали. Эта новая установка, вкупе с коммерческими соображениями, сделавшими красивое открытое человеческое тело рекламной приманкой, привели к тому, что обнаженность тела достигла небывалых в прошлом степеней. Вместо того чтобы скрывать тело по велению старой репрессивной половой морали, одежда, начавшая существовать под знаком «мини», стала лишь оттенять достоинства

тела как такового. Хорошо ли, плохо ли это – мы не беремся обсуждать этическую сторону вопроса, а лишь констатируем наличие этой тенденции в сфере одежды.

В разные эпохи одежда имела разную форму, расцветку и влияние на формирование внешнего облика человека. Она указывала на его национальную и сословную принадлежность, имущественное положение и возраст. Культурно-историческое развитие национальной одежды является одной из самых специфичных областей культуры народа, что, несомненно, отражается на ее лингвистическом обеспечении (системе наименований, чьи значения и внутренняя форма отражают эту специфику).

Названия наиболее характерных частей одежды фигурируют (в том числе в переосмысленных значениях) во фразеологии и паремиологии языка данного народа. Приведем ряд английских примеров: *to be hot under the collar* – “выйти из себя”; *to have a card up one's sleeve* – “иметь про запас к.-л. средство, аргумент и т.п.”; *to hide behind a woman's skirt* – “возлагать все тяготы жизни на женщину”; *to laugh up one's sleeve* – “втихомолку посмеиваться”; *to put someone in a strait-jacket* – “запрещать” (см. также Приложение, раздел 5)

Лингвострановедческий (и лингвокультурологический) подход к анализу лекско-фразеологического поля «Одежда» представляется плодотворным, поскольку именно в семантике бытовых языковых единиц, к числу которых в своем большинстве относятся названия одежды, в силу их непосредственной связи с каждодневной жизнью народа, культурный компонент выражен наиболее ярко. Необходимость лингвострановедческого анализа отдельных областей лексико-фразеологического фонда языка обусловлена тенденцией современной лингвистики к исследованию того, как и в какой степени культура народа оказывают влияние на формирование языковой картины мира.

Вопрос об этноспецифике наименований, относящихся к той или иной предметной области, имеет билингвистический аспект. Человек с раннего возраста привыкает осмысливать окружающий мир в категориях семантической системы родного языка; за этими категориями стоит концептосфера родной культуры. Тот, кто осваивает неродной язык, на первых (а порой и на последующих) этапах обучения склонен невольно приписывать иноязычным словам и словесным оборотам (членам лексико-фразеологических полей) значения и стилистическую окраску слов и оборотов родного языка, которые зачастую не являются их полными эквивалентами, что приводит к коммуникативным сбоям.

Приведем пример из предметной области «хозяйственный обиход», так

как, во-первых, в этом разделе мы рассматриваем общие вопросы лингвистики, а во-вторых, этот пример позволяет наглядно проиллюстрировать развиваемую мысль. Носитель английского языка, осваивающий русский язык, может приписать русскому существительному *печь* значения английских существительных *stove* или *oven*, мысленно представляя себе соответствующие этим английским словам хозяйственные устройства, и в этом случае встретившиеся ему в русских классических произведениях словосочетания *влезть на печь*, *спать на печи*, *в печи*, *вынуть ухватом горшок из печи* и даже *купать ребятишек в печи* (что практиковалось в старину в русских деревнях) – подобные словосочетания будут казаться ему гротескными / бессмысленными: ведь он мысленно не представляет себе фрейм «русская крестьянская изба», а потому неверно семантизирует элементы данного лексико-фразеологического поля. По этой причине освоение лексико-фразеологического поля должно осуществляться на фоне обретения знаний о соответствующем фрагменте культуры страны изучаемого языка (так наз. когнитивной схеме, или фрейм-сценарии культуры). В противном случае в языковом сознании учащегося иноязычное лексико-фразеологическое поле окажется структурированным по когнитивным схемам родной культуры и языка, что приведет к неверному пониманию и речевому употреблению языковых единиц.

Столь же важно установление правильной связи между лексико-фразеологическим полем и когнитивной схемой при переводе с одного языка на другой. Например, без знания соответствующего культурного сценария трудно адекватно перевести на русский язык английскую фразу *The kids demanded a penny for the guy* (с возгласом *A penny for the guy!* английские дети приходили за угощением на празднике Guy Fawkes' Holiday; в сценарии этого праздника *the guy* – соломенное чучело злоумышленника Гая Фокса, готовившего «пороховой заговор»). Столь же трудно адекватно перевести на английский язык русскую фразу *Она прописана у родителей* (в англоязычных странах не существует прописки, а в английском языке – устойчивого наименования для нее).

Этим обусловлена необходимость лингвострановедческого подхода к анализу лексико-фразеологических полей. Следует подчеркнуть, что этнокультурную специфику слов и оборотов гораздо целесообразнее изучать не изолированно, а в составе поля, поскольку в рамках поля значения языковых единиц взаимосвязаны и взаимообусловлены по объему денотатов и семному составу, так что понять значения одних слов нередко можно лишь на основе знания других; они составляют тематический комплекс. Например, точно усвоить значения английских слов *slice* / *morsel* / *chunk* / *sop* / *chip* / *lump* / *crumb*

/ *bit*, переводимых русскими словами *кусок*, *кусочек*, можно только в их сопоставлении друг с другом на фоне предметной области, которую они покрывают. К числу лексико-фразеологических полей, покрывающих ту или иную этноспецифичную предметную область, относится и поле «Одежда».

В силу особенностей природной среды обитания народа, его основного исторического рода занятий (охота, рыболовство, скотоводство, земледелие), его культурно-исторического развития одежда и аксессуары являются одной из самых специфичных областей культуры народа, что, несомненно, отражается на ее лингвистическом обеспечении (на системе наименований, относящихся к производству одежды, ее выбору, стилю и манере одеваться, а также символике этих наименований). В каждом этноязыке наиболее развита и тонко дифференцирована та часть лексико-фразеологического поля «Одежда», которая отражает приоритетные материалы одежды и изделия из них. Устоявшиеся наименования наиболее характерных для данной культуры реалий представляют собой цельнооформленные единицы (слова), в то время как в других языках они либо отсутствуют, либо заимствованы из данного языка, либо являются раздельнооформленными единицами (оборотами, которые, как правило, носят описательный характер).

Знакомство с комплексом культурных реалий позволяет повысить правильность речи на изучаемом языке и эффективность речевого общения в отношении адекватности, легкости и быстроты взаимопонимания. Это связано с тем, что, по словам Ч.Филлмора, в основе всякого лексического поля лежит когнитивная структура (фрейм), являющаяся элементом этнокультуры и составляющая фрагмент фоновых знаний, необходимых для правильного речевого использования членов данного лексического поля [Филлмор 1988: 182]. Знания в области культуры носителей данного языка релевантны для построения и понимания речи на этом языке; в основе языковой компетенции лежит компетенция культурная.

Сказанное в полной мере относится к лексико-фразеологическому полю «Одежда». Эта область этнокультуры далеко не в последнюю очередь входит в сферу интересов лингвострановедения, поскольку она, наряду с традициями, обычаями, праздниками и другими существенными элементами культуры, в высокой степени этнически маркирована.

Народ, тысячелетиями живущий на одной географической территории, в определенных условиях климата, ландшафта, почвы, флоры и фауны, в определенной близости или удаленности от моря и т.п., формируется во всем своем этническом своеобразии во многом в зависимости от перечисленных

условий. Ими определяются традиционные виды производства (источники существования), орудия труда, характер жилища, пошив одежды. Национальный английский костюм в ряде отношений характеризуется своеобразием по сравнению с европейским континентальным костюмом, что обусловлено, во-первых, относительной изолированностью Британии от материка, во-вторых, ее морским географическим положением и, в-третьих, ее сравнительно недавним имперским статусом, определявшим ее экстенсивные связи с экзотическими странами многих регионов мира.

Резюмируя общие положения, изложенные в этом разделе, отметим, что лингвострановедческий подход к исследованию лексико-фразеологических полей (и, в частности, поля «Одежда») способствует формированию у билингвов такой языковой, коммуникативной и культурной компетенции, которая максимально приближена к компетенции носителей языка, поскольку при таком подходе лексико-фразеологические поля оказываются адекватно семантизированы и структурированы. Это приводит к росту взаимопонимания и повышению эффективности межкультурной коммуникации.

2.2. Этноспецифика англоязычных наименований одежды с точки зрения лингвострановедения

Обратимся далее непосредственно к лингвострановедческим характеристикам членов английского лексико-фразеологического поля «Одежда».

Чтобы выявить и оттенить их национальную специфику, необходимо провести сравнение с аналогичными реалиями, относящимися к другим культурам и языкам. Без контрастивного анализа невозможно выявить какую бы то ни было специфику. Однако это не означает, что наша работа носит сравнительно-типологический характер. Сравнительная типология языков предполагает использование несколько иных методов и приемов – в частности, сопоставление примерно одинаковых по объему корпусов языкового материала, что не практикуется в нашей работе. Контрастивный анализ в широком смысле (сопоставление изучаемых объектов) применяется в рамках любой специальности; он не подразумевает, что работа непременно относится к сравнительной типологии языков.

Английская нация, которая в процессе формирования испытала мощное влияние европейских народов (римлян, скандинавов, нормандцев и др.), хранит в своем культурно-историческом багаже традиции этих народов. В «котле

этногенеза» постепенно выработался собственно английский стиль одежды. Однако конец XX – начало XXI века стали эпохой разрушения стереотипов. Если в прежние времена образцом истинного англичанина считался некто похожий на Эркюля Пуаро в чопорном костюме (Пуаро был «более англичанином, чем сами англичане»), то в наше время это просто человек, одетый в чистую, удобную и, главное, «по погоде» одежду.

От какой одежды не отказался бы современный англичанин? Русский студент, который собирается провести целый год в семье англичан, спрашивает, какую одежду ему нужно взять в первую очередь. Он получает примерно следующий ответ:

A good pair of walking shoes is essential; remember that you will most likely be doing a lot more walking than at home. A warm waterproof jacket is important, and a lighter jacket is useful on some summer evenings. Remember that you may want to buy clothes in England, so don't over-pack! (a student-exchange dept. instruction)

В рассматриваемой сфере существует ряд наименований, которые относятся к разделу официальной одежды; англичане называют ее *formal wear*. Она подразделяется на несколько типов: *Semi-formal, Formal, Black Tie, White Tie* (см. ниже таблицу 2.1).

Следуя этим культурным образцам, англичанин чувствует себя уверенно в соответствующих официальных ситуациях, не выделяясь среди других.

Несмотря на то, что Америка, Европа и Россия в наше время одеваются примерно одинаково, всё же в национальных культурах и национальных языках обнаруживаются существенные различия. При сопоставлении языков и культур выделяются элементы совпадающие и несовпадающие. Чем более самобытны сравниваемые культуры и языки, чем меньше в их истории было культурных контактов, тем меньше у них точек соприкосновения, тем больше разнятся они целом и поэлементно. К несовпадающим элементам относятся прежде всего предметы, обозначаемые безэквивалентной лексикой, и коннотации, присущие словам в одном языке и отсутствующие в другом.

При сопоставлении языков слова, обозначающие культурные реалии, относят к безэквивалентной лексике. Безэквивалентной лексикой мы называем слова, служащие для выражения понятий и концептов, которые отсутствуют в иной культуре и, как правило, не переводятся на другой язык одним словом, не имеют эквивалентов за пределами языка, к которому они принадлежат. Переводчикам, как правило, приходится прибегать к пространным описаниям или использовать транслитерацию типа *килт* (от *kilt*).

Наименования одежды полуофициального и официального стиля

<i>Semi-formal</i> (полуофициальный стиль)	
для мужчин	для женщин
<ul style="list-style-type: none"> • good quality dark suit • white shirt, dark tie • dark socks and black shoes 	<ul style="list-style-type: none"> • ballet or cocktail-length dress
<i>Formal</i> (официальный стиль)	
<ul style="list-style-type: none"> • tuxedo preferred – dark suit acceptable in some situations • no tails 	<ul style="list-style-type: none"> • long dress <p align="center"><i>Продолжение табл.4</i></p>
<i>Black Tie</i> (официальный вечерний стиль)	
<ul style="list-style-type: none"> • tuxedo (dinner jacket) • white dress shirt, cuff links and studs • summerband (wide silk belt) • black silk socks • black patent leather shoes 	<ul style="list-style-type: none"> • long dress • sheer stockings • peau-de-soie pumps (i.e., heavy silk or silk-like material shoes) dyed to match dress or evening sandals
<i>White Tie</i> (вечерний стиль)	
<ul style="list-style-type: none"> • tails • white wing shirt, cuff links and studs • white bow tie • white cummerbund or white vest • white gloves (optional) • black silk socks • black patent leather shoes 	<ul style="list-style-type: none"> • long dress • sheer hose • peau-de-soie pumps dyed to match dress or evening sandals • long white gloves

В качестве иллюстрации рассмотрим ряд наименований распространенных национальных костюмов горных шотландцев; в семантике этих наименований заключено этническое своеобразие обозначаемых ими культурных реалий.

Kilt

Килт относится к национальной одежде жителей шотландского высокогорья. В английском языке имеется несколько соответствующих названий: *Great Kilt*, *Feileadh Mor*, *Breacan Feile*, *Big Kilt*, *Belted Plaid*.

Эта нижняя часть шотландского мужского национального костюма (*Highland Dress*) должна быть не менее чем с двойной клеткой. В старину количество цветов на килте было знаком социального символизма:

семицветный килт имел право носить только шотландский король, шестицветный – высшая знать и так далее по убывающей. Светлые и средние по ширине полосы более всего подходят для *Great Kilt*. Надевая его, шотландцу приходится вручную расправлять многочисленные складки. Шотландцы высоко ценят свои культурные традиции и стараются донести их не только до своих потомков, но и распространить их по всему миру. Цена *Great Kilt*, изготовленного вручную в County Cork в Шотландии, весьма высока: она варьируется от 395 до 1095 фунтов. *Great Kilt* сопровождается многочисленными аксессуарами: брошь (*Brooch*), значки (*Kilt Pins*), чулки (*Kilt Hose*), кожаная сумка с мехом (*Sporran*), ремни (*Belts Sgian Dubh*).

Килт представляет собой культурную реалию, а его наименование – языковую реалию, которая может неадекватно восприниматься в рамках других лингвокультур и порождать ироническое отношение, выражающееся в шутках на данную тему. Если кто-либо в шутку или по ошибке назовет килт словом *skirt* (словом, обозначающим обычную женскую юбку), шотландец воспримет это как оскорбление.

Custom-Made Arisaid

Arisaid (*Air-uh-sedge*) – традиционное шотландское женское одеяние, часть национального костюма *Highland Dress*. Ткань полностью покрывает тело от шеи до пят, и сборка вокруг одеяния делает его особенно привлекательным. В талии *Arisaid* крепится ремнем, а на груди – большой красивой брошью. Ремень из черной кожи с кельтской пряжкой и украшениями подчеркивают этническое происхождение. В наше время это одеяние внешне несколько изменилось, но его сущность осталась той же.

Безэквивалентная лексика легко опознается при сопоставлении языков, ибо в ней нагляднее всего проявляется специфика расчленения действительности данным языком и специфика его культуры. При сопоставлении языков и культур можно выделить расхождения означаемых (инореалии) и означающих (иноформы). Расхождения означаемых наблюдаются в следующих случаях:

1) реалия свойственна лишь одному культурно-языковому коллективу, а в другом она отсутствует (*arisaid, sporran, hose*);

2) реалия имеется в обоих культурно-языковых коллективах, но в одном из них она не обозначается специальным наименованием (*button-down collar* – “воротник рубашки, уголки которого крепятся пуговицами к горловине”);

3) в разных обществах сходные функции обозначаются разными

языковыми реалиями (функциональное подобие разных реалий): *швея-ручница* – *hand finisher*;

4) сходные реалии функционально различны. Так, американский предприниматель, собираясь на важную сделку, надевает галстук или рубашку, в которой заключил первую выгодную сделку. Русский же предприниматель, собираясь на деловую встречу, уделяет внимание тому, чтобы выглядеть «с иголки», обычно не обращая внимания на подобные предрассудки.

Если исходить из лингвострановедческой теории, которая предполагает разграничение лексического ядра, содержащего набор основных сем, и лексического фона, содержащего ряд дополнительных сем [Верещагин, Костомаров 1982], то собственно реалиями следует считать слова, не имеющие понятийных соответствий в сопоставляемом языке (из-за отсутствия самих обозначаемых предметов), а фоновой лексикой – слова, различающиеся своими фонами из-за несовпадения отдельных сем. Но как раз эти отдельные семы часто играют решающую роль в отнесении слова к данной лингвокультуре, так как именно в них отражена национальная самобытность предмета или явления, обозначаемого данным словом. Ср. англ. *bonnet* и рус. *берет*: эти реалии совпадают в основных чертах, различаясь второстепенными признаками, но именно в них заключается национальная самобытность шотландской реалии.

Представления о шапке у англосаксов и русских в главных чертах совпадают, как в основных чертах совпадают и их денотаты во внеязыковой действительности; но имеются и различия. Русскому *шапка* в обобщающем значении “(любой) головной убор” в целом соответствует англ. *headgear*, но в частных случаях это русское слово переводится в зависимости от ситуации; русскому *шляпа* (с тульей и полями) соответствует англ. *hat*, хотя этим словом в ряде случаев обозначают также колпак и некоторые другие виды шапок; русскому *берет* соответствует англ. *beret* / *bonnet*, хотя слово *bonnet* зачастую переводится просто как *шапка*; русскому *кепи* / *кепка* / *фуражка* (плоская шапка с козырьком) соответствует англ. *cap*, но *cap* – это иногда и колпак. Как видим, взаимно-однозначного межъязыкового соответствия на этом участке поля не наблюдается. Приведем ряд межкультурных параллелей.

A fur cap with earflaps – так в Англии называют российскую шапку-ушанку, которая была популяризирована за рубежом Л.И.Брежневым, но, впрочем, была известна англосаксам и до него; она создает в западном культурном сознании образ не столько члена Политбюро, сколько русского мужика. Этот вид шапки ассоциируется у англосаксов с русскими, являясь эмблемой принадлежности к русской нации. Иногда эта эмблема используется

в рекламе и кино как примета русского человека. В голливудском фильме “Armageddon” такую шапку носит даже российский космонавт в звездолете – не потому, что в кабине холодно, а потому, что американским зрителям требуется наглядно показать, что перед ними – русский (вероятно, если бы звездолет был китайским, экипаж носил бы круглые ширококонусные соломенные шляпы). Тем не менее, шапка-ушанка для англосаксов – не просто экзотика; она в определенной мере прижилась в англоязычных регионах с холодным климатом.

Головные уборы, в которые одеты дети в сказке «Снежная королева», в английском переводе называются *toboggan caps* (шапочки для катания на салазках), а в русском – *колпачки* (как у гномов и т.п.). По-видимому, у англичан этот эпизод ассоциируется с обычными зимними забавами, а у русских – со сказочной обстановкой.

Девочку по прозвищу *Красная Шапочка* (у Перро – *Petit Chapeau Rouge*) англичане «переодели» в красный капюшон «ездового» фасона (*Little Red Riding Hood*). Возможно, в те времена, когда делался перевод, такой головной убор был характерен для английской детской моды.

Браконьера и разбойника из Шервудского леса англичане прозвали по охотничьему капюшону (*Robin Hood*) и в иллюстрациях к балладам обычно изображают его в именно таком капюшоне; таков его образ в глазах англичан. Русские же, привыкшие к транслитерации *Робин Гуд*, ассоциируют его не с головным убором, а (по нашим наблюдениям) со знакомым со школьных лет английским позитивно-оценочным прилагательным *good*. Впрочем, эта трактовка, пусть и случайно, не лишена оснований: сами англичане иногда отождествляют легендарного разбойника с лесным гоблином по имени *Robin Good Fellow*. (Существует и третья этимологическая версия: *hood* сокр. от *hoodlum* “смутьян, бунтовщик”; возможно, здесь имеет место явление, которое М.М.Маковский называл схождением этимологий.)

В Англии и США шапка для рыбной ловли похожа на панаму с отвернутым козырьком и задником, прикрывающим плечи от стекающей дождевой воды. Она называется *sou'wester*. Мужчина, который родился и прожил всю жизнь в России, не связывает рыбалку с каким-либо определенным головным убором.

Сравнение наименований головных уборов в русском и английском языках позволяет обнаружить, что некоторые русские наименования по значению шире английских, что свидетельствует о большей дифференциации этого участка поля в английском языке. Например, рус. *панاما* обозначает широкополая летнюю матерчатую шляпу. Однако климат Америки, весьма

разнообразный, побуждает модельеров экспериментировать с головными уборами, что, в частности, обуславливает разнообразие моделей упомянутой шляпы и, соответственно, их наименований: *panama*, *scarf hat*, *sun hat*, *linen cap*. Все эти наименования соответствуют одному русскому слову *панамы*.

Анализ примеров из литературных источников позволяет сделать вывод: чем ближе произведение по своей тематике к народной жизни, а по стилистике – к фольклору, тем ярче проявляется его национальный колорит. Колорит – это та окрашенность слова, которую оно приобретает благодаря принадлежности его денотата к данному народу, определенной стране или местности, конкретной исторической эпохе. В целях сохранения национального колорита произведения языковые реалии при переводе на другие языки, как правило, не заменяются на эквиваленты, а транслитерируются (*jeans* – *джинсы*, *blazer* – *блейзер*, *pullover* – *пуловер*), так как они принадлежат к категории «непереводимого в переводе».

В книге [Влахов, Флорин 1985] указано, что переводу не поддаются названия реалий, которые не имеют эквивалентов в другой культуре.

Не во всех случаях имеется возможность сохранить языковую реалию. Особенно часто это имеет место при передаче конкретных ассоциаций с определенным предметом, обуславливающим национальную специфику лексического значения слова. Например, если иноязычным реципиентам неизвестна или мало известна реалия «клюквенный» цвет (одежды). Тогда в переводе осуществляется замена: *клюквенный* → *малиновый / бордовый* (*cranberry-coloured / crimson dress etc*)

Общий житейский опыт позволяют носителям русского языка правильно осмысливать такие выражения, как *клюквенное сукно*. Однако их передача на английском языке затруднительна.

Перенесенные на чужую культурную и языковую почву, смешанные с модными заимствованными словечками реалии могут создавать комический эффект, как, например, в юмореске «Ту би ор нот ту би» [Егоров 1974], где речь персонажей изобилует реалиями-американизмами, не свойственными советской действительности: *блейзер* (*blazer* – “яркая спортивная куртка”); *блуджинсы* (*blue jeans* – “джинсы синего цвета”); «*Ли*», «*Левиз*», «*Рэнглер*» (*Lee, Levis, Wrangler* – американские фирмы, производящие джинсы). Н.Б.Мечковская [1995] приводит образчик макаронической речи фарцовщиков советских времен, рекламирующих свой товар: «клёвые блуёвые трузера со страйповочкой на бэксайде».

Англичане издавна осуществляют широкие контакты со всем миром. Как

следствие, ряд текстильных изделий заимствован англичанами из национальной одежды других народов. Место их происхождения отражено в названиях:

Bermuda shorts

Panama hat

Alpine hat

German sailor's cap / Prinz Heinrich cap

French coat

Astrakhan cap

Persian lamb (kind of fur coat)

Tyrolean / Tyrolese hat etc

Иноземное происхождение фасона одежды прослеживается не только в упоминании места происхождения, но и в звучании, и в морфемном составе слов: *cossack trousers*, *babushka*, *sarafan*, *katsaveyka*, *caftan*, *sombrero*, *parka*, *balaclava*, *fedora*, *panama*, *kimono* (в русском понимании это в основном униформа бойцов восточных единоборств, а в английском понимании это женский халат, имитирующий фасон японского кимоно), *yarmulke / yamulka / yarmulka* (ермолка – головной убор евреев стран Азии), *sarong* (саронг – кусок полосатой или клетчатой ткани, которую носят вокруг бедер мужчины и женщины в Малайзии, а в Европе это то, что по-русски называется *парео*). Другие примеры см. в Приложении, раздел 2.

Такое разнообразие этимологий свидетельствует о широких культурно-исторических связях английской нации с другими народами.

Рассмотрим еще один ряд англо-русских соответствий.

В тезаурусе П.Роже приводится 46 наименований различных видов одежды, объединенных словами *trousers* и *pants* [Roget's College Thesaurus 1998]. В США вообще редко употребляется слово *trousers* – по-видимому, его считают недостаточно конкретным. В словаре синонимов Уэбстера в статье *trousers* насчитывается всего три слова, в то время как статья *pants* насчитывает 20 единиц [Webster's New World Thesaurus].

В тематической группе с доминантой *pants* наиболее распространенным словом является *slacks* (men's or women's trousers for informal wear). Слова *breeches*, *knickerbockers / knickers / knicks*, *treadors*, *peddle-pushers* обозначают укороченные брюки (до колен или чуть ниже колен); слово *shorts* обозначает предмет одежды, который принадлежит к разряду совсем коротких брюк.

Слова *jeans*, *blue jeans*, *denims*, *dungarees*, *Levis* являются различными названиями того ряда мужских и женских брюк, которые в русском языке получили наименование *джинсы*. Они изготавливаются из прочной хлопчато-

бумажной, сотканной из двойной диагоналевой нити, особым образом обработанной ткани (разновидности: *corduroy, denim, jean*). Рабочая одежда из этой ткани – *dungarees, overalls, denims* – имеет русские эквиваленты *рабочие брюки, рабочий комбинезон, рабочий халат* и т.д. (без употребления слова *джинсовый*). Но русские названия выходной одежды включают это слово: *джинсовый костюм / брюки / юбка / платье / пальто* и т.д. Будучи в США изначально рабочей одеждой (в силу высокой прочности и износостойкости), джинсовые изделия в молодежной среде Советского Союза стали эмблемой принадлежности к западному образу жизни и обрели престижность; джинсы наподобие тех, в которых американский фермер пахал поле, советские девушки стали украшать кружевными оборками и аппликациями и ходить в них в театр и на концерты. Так причудливо порой меняется прагматический смысл костюма.

К числу американских реалий следует отнести брюки марки *Levis*; это слово со временем стало обозначать не столько марку, сколько фасон. Такие брюки возникли и вначале получили распространение в Техасе как рабочая одежда ковбоев первой половины XX века. Приведем англо-русские соответствия:

Blue jeans (рус. *джинсы*) – blue denim trousers with reinforced pockets and seams, worn originally as work pants but now also as leisure attire.

Levis (рус. *техасы*) – close-fitting heavy trousers made of denim, having a low waistline and reinforced with copper rivets at strain points.

Отметим, что сема [синие] имеет статус сильноимпликационной (высоко-вероятной) в значении “джинсовые брюки”. Носители английского языка называют такие брюки чаще *blue jeans*, чем просто *jeans*:

He was wearing blue jeans – Он был одет в джинсы.

Кроме того, в американском английском слово *jeans* (без добавления слова *blue*) чаще обозначает рабочий комбинезон из джинсовой ткани, чем брюки из нее [Webster's New World Dictionary]. Это следует учитывать русскоязычным билингвам при порождении высказываний на английском языке.

В рамках одной работы невозможно охватить всю лингвострановедческую специфику английского лексико-фразеологического поля «Одежда». Но и того материала, который собран нами в ходе работы над темой, достаточно, чтобы проиллюстрировать ряд важных положений, носящих прикладной характер.

В английском и русском языках эти поля в значительной мере

анизоморфны, что обусловлено различиями в их предметных областях. При сопоставлении полей обнаруживаются лакуны, т.е. отсутствие межъязыковых соответствий (англ. *arisaid, kilt, sporran, hose* etc.; рус. *кушак, валенки, сарафан, кацавейка, кафтан* и т.д.), а также неполная эквивалентность ряда наименований одежды (англ. *pinafore dress* ≈ рус. “сарафан”, англ. *service jacket* ≈ рус. “френч” и т.п.).

Неполная эквивалентность наблюдается не только между английским и каким-либо другим языком, но и между различными вариантами английского языка. Приведем несколько примеров:

BrE	рус.	AmE
<i>overall</i>	халат	<i>dungarees</i>
<i>vest</i>	жилет	<i>undershirt</i>
<i>braces</i>	подтяжки	<i>suspenders</i>
<i>suspenders</i>	зажимы подтяжек	<i>braces</i>
<i>trousers</i>	штаны	<i>pants / slacks</i>
<i>pants</i>	подштанники	<i>underpants</i>
<i>a trouser</i>	штанина	<i>a trouser leg</i>
<i>pyjamas</i>	пижама	<i>pajamas</i>
<i>zip</i>	молния	<i>zipper</i>
<i>sweater</i>	свитер	<i>jumper</i>
<i>body</i>	боди	<i>bodysuit</i>
<i>pinafore dress</i>	сарафан	<i>jumper</i>
<i>waistcoat</i>	жилет	<i>vest</i>
<i>turn-ups</i>	манжеты на брюках	<i>cuffs</i>

Х.Симор объясняет это следующим образом: «The Brits wear “vests” under their shirts. Their vests are what the Yanks call “undershirts”. Americans wear suspenders to hold up their pants, while in Britain suspenders push back one’s teeth (the equivalent of the American “braces”) ... But in Britain suspenders are what women use to hold up their stockings!» [Seymour 2000: 28].

На семантических различиях в наименованиях одежды в британском и американском вариантах английского языка играют юмористы:

Yankee. *When trying to escape from a ferocious watchdog, I jumped over a fence and tore up my pants.*

Briton. *From this I conclude that you were escaping not so much from a dog as from a ferocious husband.*

Yankee. *What’s the idea?!*

Briton. *You couldn’t have possibly torn up your pants if you’d been wearing*

your trousers at the moment. [10, 000 Jokes, Toasts and Stories 1966]

(Игра на различии амер. *pants* “брюки” и брит. *pants* “трусы”.)

В основе полей «Одежда», принадлежащих разным языкам и их вариантам, лежат не во всем совпадающие когнитивные схемы (фреймы), являющиеся фрагментами разных и притом весьма специфических культур. Коммуникант, говорящий на данную тему на английском языке как неродном, невольно использует в своем речевом мышлении привычную ему когнитивную схему из родной культуры, что может привести к коммуникативной неудаче. Так, он невольно приписывает английскому слову *tunic* (1. “woman’s loose blouse or coat gathered or belted at waist”; 2. “close-fitting short coat of uniform of soldier, policeman, etc” [Concise Oxford Dictionary]) значение русского слова *туника* (“древнегреческое / древнеримское одеяние длиной до колен, с короткими рукавами”). Английское слово *tunic* имеет и такое значение, но далеко не во всех контекстах.

Из неверной семантизации слов неродного языка проистекает их неверный выбор при построении высказываний и иногда их неверное сочетание с другими словами.

Наряду с приведенными выше, в собранном нами материале встретился ряд примеров исторических и этнографических реалий.

Исторические реалии

К историческим реалиям принадлежат названия исторических событий, важнейших вех в истории страны, документов, политических и религиозных групп, участников этих событий. Однако следует разграничивать историзмы, до сих пор актуальные в массовом сознании носителей данного языка и культуры, и историзмы, уже лишившиеся такой актуальности.

Приведем ряд примеров, относящихся к нашей предметной области.

Beau Brummell. Во времена правления Георга IV (XVIII век) это имя было нарицательным и означало “красавчик”; так было принято называть франтов. Имя *Beau Brummell* символизировало мужскую моду, а ныне так называют мужской гардероб и туалетный столик для мужчин со множеством приспособлений.

Paul Revere. Имя этого бостонского купца ассоциируется со знаменитой «ночной скачкой» (*midnight ride*) в ночь на 18 апреля 1775 г., когда этот патриот примчался из Бостона, чтобы предупредить борцов за независимость о наступлении англичан: «The red-coats!» – «Красные мундиры!» В наше время это имя прочно ассоциируется с красными мундирами. Нашему современнику,

бостонцу, прямому потомку Поля Ревера, носящему то же имя и фамилию, пришлось убрать свое имя из телефонного справочника из-за частых звонков по ночам с ехидными вопросами о том, как ему нравятся красные мундиры.

Приведенные названия до сих пор находятся «на слуху» у носителей английского языка и культуры. Что касается тех исторических реалий, которые более не актуальны в современной культуре, к их числу относятся названия давно вышедшей из моды одежды: *temo hat* – вид шотландского кепи, *capor* – женский чепчик, *camisole* – камзол и т.п. (см. Приложение, п. 1).

Этнографические реалии

К этому разряду относятся названия традиционной народной экзотической инокультурной одежды. Примерами таких языковых реалий могут послужить:

parka – парка (меховая верхняя одежда народов Крайнего Севера)

poncho – пончо (накидка южноамериканских индейцев)

pareo – парео (кусочек ткани, обертываемый вокруг тела жителями Малайзии)

sari – сари (свободная одежда индийских женщин)

turban – тюрбан

shalvars – шаровары (< Pers *shalvar*)

shaps – южноамер. кожаные брюки для верховой езды (< Sp *chaparejos*) и др.

Некоторые из подобного рода названий (*parka*, *poncho*, *pareo* и др.) прочно вошли в лексический фонд английского языка, ибо по мотивам этих фасонов в рамках европейской монокультуры создана аналогичная одежда; другие названия (*shalvars*, *malakhai*, *parakha* и др.), отражающие этнографические культурные реалии, не ассимилированные европейской культурой, остаются в английском языке варваризмами. Что касается ряда тюркских наименований одежды (*yashmak*, *turban*, *khalat* и др.), в наше время они активно передвигаются в направлении от периферии к ядру английского лексического фонда вследствие крупномасштабной экспансии гастарбайтеров из мусульманских стран, которые несут с собой свою бытовую культуру.

Некоторые языковые реалии являются одновременно историзмами и экзотизмами: *tunic* в значении “хитон”, *toga* “тога”, *armyak* “армяк и т.п.

Торговые марки одежды как разновидность культурных реалий

Среди лингвокультурных реалий большую роль играют торговые марки. Так, в рекламе США можно увидеть отражение культуры этой страны, образа жизни, нравов, обычаев, специфических черт национального характера американцев, особенностей американского варианта английского языка. В качестве торговых брэндов использовались имена исторических деятелей: *Lincoln* – вид ткани и изделий из нее, *Martha Washington* – линия аксессуаров и косметических изделий.

Товарный знак создается не для того, чтобы охарактеризовать предмет, а для того, чтобы ускорить его сбыт. Для создания товарных знаков используются выразительно-изобразительные приемы: рифма (*speed-weed*), аллитерация (*pick-a-pack*), гипербола (*fitz-all*), персонификация (*air-maid*), метонимия (*pillow walks*), метафора (*turtle back – a sponge*), архаичные формы (*weed-b-gone – Weed begone*) и др. Эти приемы призваны повышать привлекательность названий, а вместе с ними – и изделий.

Не менее активны в этом плане англичане. Торговая марка отечественного производителя на этикетке одежды – главное в имидже товара для англичан, придерживающихся принципа «Британское – значит, отличное». Самыми популярными брэндами являются “*Bazaar*” (его учредила Mary Quant – первая из тех, кто изобрел молодежную моду в Англии; до ее разработок девушки одевались как маленькие девочки); “*White Leather*” (производители кожаной одежды); “*Hawie & Hudson*” (производители рубашек) и т.п.

Правила ношения одежды как лингвострановедческая реалия

В Британии, как и в других странах, существуют правила и традиции ношения одежды, многие из которых совпадают с «континентальными», но некоторые носят национально-специфический характер и, таким образом, являются культурными реалиями, а их названия – языковыми реалиями. Проиллюстрируем этот рядом примеров.

Если англичанин приглашен на корпоративную вечеринку, он (в отличие от представителей некоторых других народов) придает первостепенное значение тому, чтобы одеться в строгом соответствии с okazji. В пригласительной открытке подробно указывается рекомендуемая (практически обязательная) форма одежды. Известно, что при праздновании дня рождения Элтона Джона на пригласительных билетах красовалась надпись *in king's*

costumes only. Король поп-музыки устраивал у себя встречу таких же «королей». Если подобная надпись в пригласительной открытке отсутствует, то обязательно указывается номер телефона устроителя вечеринки, по которому следует позвонить и осведомиться о форме одежды. В противном случае человек будет чувствовать себя «белой вороной» среди гостей, и на него будут коситься. Достаточно вспомнить Филипа Босини (J.Galsworthy. *The Man of Property*), появившегося среди гостей, одетых в черные цилиндры, в пресловутой мягкой серой шляпе, вызвавшей в среде Форсайтов множество пересудов.

Индивидуальные акты поведения, в которых проявляется определенная культура, никогда в точности не совпадают, но всегда можно определить их принадлежность к данной культуре. Мужчины-англичане снимают шляпы в лифтах, церквях, ресторанах, частных домах, учреждениях – фактически во всех общественных местах. В лифте жилого дома или отеля мужчина снимает шляпу, когда входит женщина, и надевает ее в коридоре.

Коридор приравнивается к улице, а лифт – к комнате в жилом доме, где в присутствии женщины не принято находиться в головном уборе. В то же время лифт в учреждении считается общественным местом, и шляпу в нем не снимают. В британском и американском поведении не считается приличным держать руки в карманах.

История любой страны не могла избежать хотя бы одной войны. Такая воинственная страна, как Англия, не могла не оставить исторический след на военном мундире. В средневековой Англии шла жестокая борьба местного населения с нормандцами, в которой было трудно различить противников. Из-за отсутствия военной формы обе стороны несли бессмысленные потери.

Впервые единообразную форму для солдат (*uniform*) вел в 1675 году король Франции Людовик XIV, а вскоре и другие монархи облачили свои полки в установленные цвета. Так, например, у французов преобладало сине-красное, у австрийцев – белое, у шведов – синее и желтое, у англичан (в определенный исторический период) – красное. В цветах солдатского костюма нашли отражение цвета государственных флагов (*heraldic patterns*). Рассматривая старинные картины, нельзя не обратить внимания на красивые, яркие и разноцветные мундиры солдат. Такая цветовая гамма помогала командирам издалека определять, какие перед ними полки, и отличать неприятельских солдат от своих. У пехотных частей обычно был один цвет мундира, у кавалерийских – другой, у артиллерийских – третий. Кроме выполнения дистинктивной функции, красивая расцветка служила также эстетическим

целям и являлась фактором престижа.

Но яркость и пестрота военной формы имела и негативные последствия: одетые в такую форму солдаты были удобной мишенью для неприятельских стрелков. Поэтому в XX веке армии большинства стран перешли на защитные цвета полевой формы – варианты расцветки *khaki*, рус. *хбки* (< перс. *хакъ* < *хак* “глина”). У полевой военной формы цвет перестал быть отличительным признаком, уступив эту функцию очертаниям мундира.

Англичане славятся не только военными успехами. Это еще и нация мореходов и рыбаков. В ходе культурно-исторического развития выработались определенные стереотипы, касающиеся формы и расцветки моряцкой одежды. Возникает вопрос, почему у моряков форма расцвечена в сине-белой гамме. Потому ли, что это символ моря и неба? В действительности цвет моря не имеет отношения к расцветке английской военно-морской формы. Она возникла в связи с одним историческим эпизодом.

Во времена правления Георга II в британской морской одежде существовал разнобой. Офицеры носили как белые, так и красные брюки, зеленые и серые мундиры. Матросов одевали в кафтаны пехотинцев, а их брюки могли быть любого цвета и покроя.

Однажды во время утреннего променада Георг II заглянул в лондонский Гайд-парк, где в те времена любили совершать конные прогулки английские аристократы. На аллее король увидел герцогиню Бредфорд. Одетая в синюю амазонку с белым шарфом, она грациозно дефилировала на белом коне. Королю понравилось это элегантное сочетание цветов. Поскольку Его величество питал слабость к Британскому военному флоту, он, вернувшись во дворец, вызвал главу Адмиралтейства и приказал ввести новую морскую форму, сочетающую синее и белое, как в костюме леди Бредфорд. Новая форма прижилась.оборот *blue and white* стал языковой эмблемой британского военного флота. Ср. также *men in blue* “английские военные моряки”.

Сине-белые цвета британских законодателей морской моды быстро распространились среди моряков других стран, даже тех, которые враждовали с Британией. В XIX веке эту моду подхватил торговый флот, в том числе русский. Матросская тельняшка (*sailor's vest*) с синими полосами появилась вследствие указа английского короля и сохранилась до сих пор во флотах разных стран.

Говоря о других правилах ношения одежды, интересно отметить, что не только слова типа *shabby*, но и их антонимы – прилагательное *brand-new* и словосочетание *spick and span* – несут чуть пренебрежительные коннотации.

Это связано с тем, что аристократы считают плебейством одеваться «с иголки»: по их представлениям, так одеваются выскочки, стремящиеся втереться в высшее общество. Одежда истинного джентльмена должна быть слегка (но только слегка) потертой.

Такого рода особенности традиций и этикета ношения одежды отражены в семантике ряда соответствующих английских языковых единиц. Их внутренняя форма активирует в сознании тот или иной культурный сценарий, связанный с правилами и традициями обращения с одеждой. Так, оборот (*with cap in hand*) активирует сценарий «Смирная просьба» (снять шапку и держать ее в руке – значит выступать в униженной роли просителя); оборот *to turn up one's sleeves* активирует сценарий «Трудовой энтузиазм» (засучить рукава – значит горячо взяться за работу); оборот *There will be wigs on the green* активирует сценарий «Потасовка (или вообще противоборство)» (в старину перед кулачным поединком полагалось снимать парики и класть их на траву). Так язык аккумулирует в себе культурные стереотипы.

2.3. Культурно-исторические истоки англоязычной номинации одежды

Как известно, английская нация сложилась в результате «переплавки в котле этногенеза» из нескольких древних и средневековых этносов: бриттов и гэлов (кельтских племен), англо-саксов, ютов, фризов, ингвеононов (германских племен), нормандцев (этноса, возникшего после ассимиляции французского населения Нормандии со скандинавскими завоевателями и говорившего на северофранцузском диалекте). Английская культура и язык в процессе своего становления и развития испытали влияние римлян (I век до н.э. – V век н.э.), галлов (с VII века до н.э.), скандинавов (с VIII века н.э.). На формирование английского языка повлияла классическая и средневековая латынь, в эпоху Возрождения также греческий язык, в эпоху географических открытий и колонизации – языки народов Индии, Америки, Африки, бассейнов Индийского и Тихого океанов. В Новое время с расширением политических, экономических, научно-технических и культурных контактов усилилось влияние европейских языков (в том числе в небольшой степени – русского). Это множественное влияние прослеживается до сих пор, в частности, в наименованиях одежды. Они имеют следующее происхождение:

- 1) кельтское;
- 2) общегерманское;

- 3) античное (латинское и древнегреческое);
- 4) средневековое скандинавское (датское);
- 5) средневековое арабское;
- 6) новофранцузское;
- 7) средневековое арабское через старо- и среднефранцузское;
- 8) из языков коренного населения колоний;
- 9) (в британский английский) из других вариантов англ. языка;
- 10) названия новоанглийского происхождения, возникшие после XV в.

Развитие лексико-фразеологического поля «Одежда» происходило как часть общего развития бытовой лексики и фразеологии английского языка параллельно с развитием бытовой культуры народа. Древнейшие наименования в основном восходят к общегерманским корням. Приведем ряд примеров².

Слова кельтского происхождения

В собранном нами материале встретились лишь два собственно английских наименования одежды, имеющих кельтские корни:

Bobble (< Gl *baban* / *babag* “шерстяной шарик”)

Sporran (< Gl *sporran* “сумка как аксессуар килта”)

Англичанам, конечно, известны многие шотландские наименования одежды (*feileadh mor*, *breacan feile*, *air-uh-sedge* и пр.). Но и сами предметы одежды, и их названия остаются шотландскими: они принадлежат собственно шотландскому языку хайлэндеров (Scotch – язык кельтской группы) и шотландскому варианту английского языка лоулэндеров (Scottish English). В собственно английском языке (так наз. English English) кельтских заимствований в сфере наименований одежды (как, впрочем, и в других сферах) весьма немного. Возможно, это связано с тем, что кельтские слова по фонотактическим и морфологическим характеристикам чужды германским и романским словам, которые составляют основную часть английского лексического фонда. По этим характеристикам кельтизмы плохо вписываются в

² Условные обозначения: Gl – Gaelic; Du – Dutch; MDu – Middle Dutch; Sc – Scandinavian; OIc – Old Icelandic; Gmc – Germanic; Dn – Danish; G – German; OE – Old English; MG – Middle German; OF – Old French; ML – Medieval Latin; F – French; L – Latin; Gk – Greek; Rom – Romanic; MIc – Modern Icelandic; OG – Old German; OFs – Old Frisian, Sp – Spanish; A – Arabic; R – Russian; H – Hindi.

английский лексический фонд.

Другие наименования одежды, заимствованные в древний период, пришли из родственных – германских – языков.

Слова общегерманского происхождения

Это древнейшие слова, восходящие к общегерманскому языку:

Skirt (< OIc skyrta < Dn skjorte < Gmc schurt “нижняя часть платья”)

Shirt (< OE scyrte < MG schorte < Du scorte < OIc skyrta < Gmc skutrijōn “короткая часть одежды”)

Cloth (< OE clāth < OFs klāth < MDu cleed < G kleid < OIc klaedhi cloth < Gmc klaithas)

Tie (< OE teg, teag < OIc taug "tie" < Gmc taugō)

Hose (< OE hosa < M.Du hose < Gmc husan “трубка”)

Blazer (MnE blaze < OE blas < Gmc blasōn)

Slacks (< MI slac < slak < OE slaec < OSaxon and MG slak < OG < slah < OIc slakr < Gmc slakes “широкие штаны”)

Glove (< OE glōf < OIc glōfi *galofō, возможно из *ga- + *lofi "hand"; ср. ON lofi, ME love, Goth lofa "верхушка шапки")

Tuck (tucker < MG / MDu tucken < OE tūcian “мучить”)

Shroud (< OE shrūd (Gmc skrūdōn) < OIc scrūdh < M Swedish skruther, skrud “веревка, поддерживающая мачту корабля”)

Helmet (< OE helm < Gmc helm “покрытие головы для защиты”)

И доныне эти слова входят в ядро данного лексического поля; на их основе образовано множество сложных и составных наименований одежды.

После Нормандского завоевания (1066 г.) на территории Британии возникла ситуация трехязычия: латынь стала языком церкви, философии и науки, нормандский диалект французского – языком государства и культуры (в том числе наименований одежды и искусства пошива), а среднеанглийский – языком сельского хозяйства, ремесел, быта. В рассматриваемом лексико-фразеологическом поле появились соответствующие наименования.

Слова античного (латинского и древнегреческого) происхождения

Apron (< OF napron “миниатюрный покров” < ML *napra* “салфетка”)

Brace (< OF brace < L brachia, brachia < Gk brachīō / brakhion “рука”)

Tunic (< MF Tunique < L tunica “длинное женское одеяние без рукавов”)
Scarf (< OF scarp, escarpe < L scirpus “повязка”)
Fleece (< OE flēos, flīes <MG vliis <MDu vlies < L. velles)
Vest (< MF vestir < ML vestire < L vestīre “покрывать”)
Socks (< OE socc < L soccus < Gk sykchos “вид ботинка”)
Suit (< OF suite < L secūtus “униформа судьи”)
Veil (< OF veil < L vēlum < vexlom “накидка монахинь”)
Cover v. (< coveren < OF covrir < L cōperire “покрывало на голову”)
Twill (< Scottish and Northern British E twyll < ME twile <OE twilī < L billix
с заменой E twi – two for L bi- “узор двойной нитью”)
Cerement (< MF cirer < L cērāre “воск” + ment)
Costume (< F costume < It costume < vulgar L consuētūmen < L consuetudo
“привычка, использование”)
Fashion (< OF fazon < L factiōnen “форма, фигура, внешность”)
Stole n. (< L stola < Gk stolēr “часть одежды, похожая на шарф”)
Crown (< OF corone < L corōna “венчик, надеваемый на победителя”)
Tiara (< Gk tīārā “головной ободок, украшенный орнаментом”)
Collar (< OF colier < L collāre, collum “шея”)
Cuffs (< OF coillir < F cueillir < L colligire “связывать, скреплять”)
Античные заимствования, как правило, обозначают не самые древние
предметы одежды, а те, которые относятся к более цивилизованной эпохе.

Слова средневекового скандинавского (датского) происхождения

Таких слов в собранном нами материале оказалось незначительное число:
Duck “хлопчатобумаж. ткань” (< Du *doek* < MDu *doec* “одежда из
хлопка”)
Kilt (< Sc *kilty, kiltie* “нижняя часть мужского костюма”)
Muff (< Du *mof* “толстая рукавица”) и др.

Это общая тенденция, относящаяся не только к сфере наименований
одежды. Малое число заимствований из скандинавских языков в английский,
возможно, обусловлено тем, что контакты жителей Британских островов со
племенами Скандинавии ограничивались почти исключительно военными
столкновениями, а в таких условиях культурные контакты и, в частности,
культурные и языковые заимствования весьма затруднены, почти невозможны.

Слова средневекового арабского происхождения

В сфере наименований одежды их насчитывается сравнительно немного. В основном они были заимствованы в период расцвета арабской культуры, ознаменовавшийся как религиозными войнами с Европой, так и широко-масштабными торговыми и культурными контактами, длившимися несколько веков. К началу эпохи Возрождения европейцы переняли у арабов многое от сохраненной ими античной культуры и из собственно культуры Востока, включая фасоны одежды и их наименования.

В Средние века арабская культура находилась на высоком уровне. Арабские наименования поступили в английский язык не только непосредственно, но и через испанский язык (периода Реконкисты), греческий язык и латынь (периода трехязычия). Приведем ряд примеров:

Jacket (< MF *jaquet* < OF *jaque* < Sp *jaco* < A *jakk* “кираса”

Fez (< F *fez* < Turk *fes* – от названия города Fez (Марокко)

Cotton (< OF *cotton* < A *qutun* “ворс на сукне”)

Turban (< Turk *tulband* < A *tulband* “тюльпан”)

Как упоминалось выше, в наше время в английский язык хлынула новая волна арабизмов, представляющая собой главным образом бытовую лексику, в том числе связанную с одеждой.

Заимствования из нормандского диалекта старофранцузского языка

Из нормандского в английский язык заимствовано большое количество названий одежды, претерпевших в английском языке большую или меньшую ассимиляцию и давно переставших быть варваризмами. К их числу относятся:

Blouse (< F *blouse* < OF *blouson* “крестьянская свободная рабочая одежда”)

Jeans (< OFr *Janne* < ML < L *Genua*, *Genoa* “Генуя”)

Button (< OF *bouton* / *boton*)

Garment (< OF *garment* < *garnir* “предварять” + *ment* “часть одежды”)

Rayon (< OF *rayon* “солнечный луч”)

Beret (< OF *beret* первонач. баскский головной убор)

Tassel (< OF *tassel* “кисточка для декорации одежды или мебели”)

Cravat (< OF *cravate* “хорват”)

Французская мода издавна служит источником вдохновения для английской. Характерно, что само слово *fashion* “мода” пришло в английский

язык из французского (OF *fazon* < L *factiōnem* “форма, внешность”).

Средневековые и поздние заимствования из языков других народов Европы

Что касается названий, пришедших из других европейских языков, многие из них являются варваризмами: они обозначают чужую национальную одежду и представляют собой слова, известные в Англии, но не вошедшие во всеобщее употребление. Приведем ряд примеров заимствований из европейских языков:

из новофранцузского

Robe “длинное одеяние, мантия” (< F *robe* “женское платье”)

Tailleur “вид женского костюма с юбкой” (< F *tailleur* “женский костюм”)

Manteau (< F *manteau* “вид женского длинного свободного пальто”);

из испанского

Sombrero (< Sp *sombrero* < *sombra*, искаж. лат. *umbra* “тень”)

Panama (< Sp *panama* от названия страны Панамы, хотя, согласно историч. данным, этот вид шляпы в действительности был изобретен в Эквадоре)

Toreadors “мужские облегающие брюки до колен” (< Sp *toreador* “тореадор”);

из языков других стран Европы

Yamulke / *yamulka* / *yarmulka* (Polish *yarmulka* < Yiddish “мужская шапочка”)

Doloman (Hung *dolmány* “мундир венгерских гусар со шнуровкой”)

Babushka “женский платок” (< R *бабушка*, контаминир. с А *babūsh* “покрыв”)

Fedora (< по имени Федоры Романовой, русской великой княжны)

Balacava (< от украинского топонима *Балаклава*)

Заимствования из языков коренного населения колоний

Они произведены в основном в эпоху великих географических открытий и – позднее – создания Британской империи, но имеются и более поздние (недавние) заимствования из языков этих стран, связанные с современными контактами Британии с бывшими колониями. Приведем ряд примеров.

Dungaree (< E *dongerins* < H *dungrī* “грубая бумажная ткань”)

Cummerbund (< Н *kamarband* < Persian *kamar* (“тали́я” +” повязка”))

Sari (< Н *sārī* < Prakrit *sādī* < Sanscrit *sātī* “облегающее одеяние”)

Заимствования в британский английский из других вариантов англ. языка

Tweed (торговая марка, искаж. форма шотландского *tweel*; возможна также контаминация с гидронимом *Tweed*)

Stetson (торговая марка, от имени Дж. Б. Стетсона, амер. производителя шляп)

Glamour (< Scottish *glamour* “волшебство”) и др.

Эти наименования созданы англосаксами в основном в Новое время.

Наименования исконно английского происхождения, возникшие после XV в.

Sweater (< ME *sweat* + *er* “труженик”)

Dress (< ME *dress* “одеяние для особой церемонии”)

Brim (< ME *brymme*)

Body (< OE *bodig* “жизнь”)

Lapel (< OE *læppa* “отворот пиджака”)

Crease (< ME *creaste* < OE *crest* “конек крыши”)

Некоторые названия одежды образованы с помощью приема антономазии. Так, слово *mittens* производно от фамилии *Mytoun*. Слово *jeans* восходит к итальянскому языку: *Genes* – Генуя, где изготовляли такую ткань. Сходное происхождение имеет и слово *cardigan*. Шерстяной джемпер был назван в честь седьмого эрла Кардигана (1797 – 1868), носившего его в бою за *Light Bridge*.

Некоторые свойства и аксессуары одежды возникли случайно, и ныне их происхождение забыто основной массой носителей культуры. Так, в конце XIX века партию брюк, отправляемых из Европы в Америку, упаковали и сложили в трюм океанского парохода. Пока судно пересекало Атлантику, брюки так слежались, что появились знаменитые «стрелки». Американцы с восторгом восприняли новую, как они полагали, европейскую моду, а затем она распространилась по всему миру. В те времена, когда отглаженные стрелки были ультрамодными, было лестно услышать комплимент: “You have razor-sharp creases on your trousers!” Современная же мода включает множество фасонов штанов, не предусматривающих наличие стрелок.

Таковы, в общих чертах, культурно-исторические истоки английских наименований одежды. В завершение этого раздела подчеркнем еще раз, что развитие лексико-фразеологической системы английского языка на данном участке протекало параллельно развитию английской культуры и ныне отражает основные этапы истории английского народа.

Выводы по главе 2

В главе 2 настоящей работы рассмотрен лингвострановедческий аспект английского лексико-фразеологического поля «Одежда».

Обсуждены некоторые общие принципы лингвострановедческого подхода к языковому материалу, связанные с темой нашей работы.

Подчеркнута роль предметной области «Одежда» в становлении и развитии цивилизации и культуры.

Выявлен ряд специфических черт культурных и языковых реалий, относящихся к этой области. Прослежены культурно-исторические и языковые истоки ряда английских наименований одежды. Собранный и обработанный эмпирический материал дает возможность сделать следующие выводы.

- Английские наименования одежды отражают как универсальные, так и национально-специфические черты соответствующей предметной области культуры.

- Форма одежды в английской лингвокультуре служит эмблематическим знаком социальной принадлежности, что отражено в соответствующих наименованиях одежды.

- Английская культура одежды вобрала в себя признаки многочисленных культур, с которыми она в ходе исторического развития вступала в контакты, что нашло отражение во внутренней форме наименований одежды.

- Традиции и правила ношения одежды закреплены в многочисленных сценариях английской культуры, которые активизируются в сознании внутренней формой английских наименований одежды.

С лингвострановедческим аспектом рассматриваемой темы тесно связаны семиокультурный и лингвокультурологический аспекты. Они рассматриваются в следующей главе нашей работы.

Глава 3. СЕМИОЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛИЙСКОГО ЛЕКСИКО-ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОГО ПОЛЯ “ОДЕЖДА”

3.1. Знаковая природа языка и культуры

Если в XIX веке во главе угла стоял *социологический* взгляд на закономерности исторического развития человечества, то в XX веке *культурологический* взгляд стал равноправен ему. Культурные факторы вышеупомянутого процесса, которые, по Б. Расселу [1991], не менее важны, чем социально-экономические, начали рассматриваться наряду с социальными, что в совокупности составило объемную картину анализируемого макрообъекта.

На рубеже XX – XXI веков активное развитие получила междисциплинарная отрасль древа гуманитарных наук – лингвокультурология (включающая лингвоконцептологию). В области изучения концептосферы в целом и отдельных концептуальных полей к настоящему моменту достигнуты значительные успехи.

Однако ряд важных проблем, относящихся к этой области, еще ждет своего решения. В частности, в методологическом плане недостаточно разработан вопрос о связи упомянутых дисциплин с семиотикой культуры. Если понятие “знак” широко применяется во всех разделах лингвистики, то еще одно важнейшее понятие семиотики – “код” – используется в гораздо меньшей степени. Между тем, как известно, знаки функционируют в качестве инструментов мышления и общения не по отдельности, а в составе знаковых систем, которые в определенном ракурсе предстают как коды. Можно сказать: где знак, там и код (и наоборот). Эти понятия состоят друг с другом в отношении логической эквиваленции: каждое из них неизбежно подразумевает и влечет за собой другое.

В главе 3 используется комплексный подход к анализируемому материалу, совмещающий принципы лингвокультурологии и лингвосемиотики культуры.

Ученые пришли к практически единодушному мнению о том, что концепты не являются сугубо языковыми сущностями: они соотносятся со значениями языковых единиц, но не исчерпываются ими. Тем не менее, они десигнируются языковыми знаками и могут функционировать в процессе мышления и общения только с помощью кодов. Концептосфера народа составляет план содержания этноязыка, а концептуальные поля – план

содержания лексико-фразеологических полей, входящих в язык. Единство концептуального поля (комплексного означаемого) и лексико-фразеологического поля (комплексного означающего), которые, в терминах С.О.Карцевского [1965], состоят друг с другом в динамической корреляции (взаимно-многозначном отношении), может, на наш взгляд, рассматриваться как *лингвокультурный код*.

Одним из ведущих направлений в исследовании человеческой культуры стало изучение ее *знакового* аспекта. Это направление, представленное в первую очередь именами К.Леви-Стросса, Р.Барта, Ж.Лакана, У.Эко, П.Рикёра, Ж.Деррида, М.Фуко, Ю.М.Лотмана и др., получило наименование *семиотики культуры*. В ее рамках было установлено, что этнокультура носит знаковый характер; это открытие дало возможность рассматривать культуру и вербальный язык как онтологически однородные явления и включить вербальный язык в систему культурных кодов.

«Самоопределение семиотики культуры, – писал Ю.М.Лотман, – связано с постановкой вопроса о функциональной взаимообусловленности существования различных семиотических систем, природы их структурной асимметрии ... Отдельные семиотические системы складываются в структурное целое благодаря взаимной неоднородности. Отдельные знаковые системы, хотя и представляют собой имманентно организованные структуры, функционируют лишь в единстве, опираясь друг на друга» [Лотман 1977: 8 – 9].

В рамках учения Тартуско-московской семиотической школы культура описана как сложная семиотическая система, то есть как система знаковых систем. Феномены естественного языка и культуры стали трактоваться как явления одного порядка.

Такой подход позволяет рассматривать культуру как *язык* в широком семиотическом значении этого слова. Точнее говоря, это исторически сложившийся *комплекс семиотических систем*, который складывается в единую иерархию, но может представлять собой и симбиоз самостоятельных систем. Культура включает в себя не только комплекс знаковых систем, но и всю совокупность возникших на их основе сообщений (*текстов* в семиотическом смысле).

Итак, наряду с понятиями “знак” и “текст” одной из основополагающих категорий семиотики является понятие “код”. Термин *код* представляет собой синоним термина *язык* в семиотическом смысле, но не абсолютный, а идеографический. Он обладает определенной спецификой по сравнению с термином *язык*.

В узком лингвистическом значении термин *язык* представляет собой усеченный вариант термина *этнический (национальный) язык* либо термина *естественный (вербальный) язык*. В широком семиотическом значении он является синонимом термина *знаковая система* (например, часто говорят о языке танца, языке живописи и т.п.). Термин *код* тоже иногда употребляется вместо термина *знаковая система*, но, строго говоря, их следует различать. Н.Б. Мечковская определила код как «тот язык или вариант, ... который используют участники коммуникативного акта» [Мечковская 2001: 14]. Но при этом она рассматривала код в рамках схемы К.Шеннона [1963] и Р.О.Якобсона [1985]:

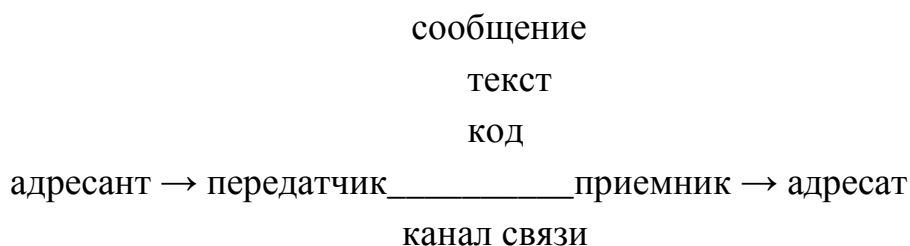


Схема коммуникативного акта в терминах теории связи

На наш взгляд, в рамках этой схемы знаковая система выступает в одной из своих основных функций – ***в функции генератора текстов и регенератора смыслов***. Рассматриваемая под этим углом зрения, она, как правило, называется кодом. Языковая система «в семиотике ... характеризуется как код, [т.е.] средство кодирования и декодирования сообщений» [Булыгина, Крылов 1990а: 453]. Адресант кодирует сообщение, генерируя текст; адресат декодирует текст, регенерируя сообщение. Эта трактовка понятия «код» перекликается со следующей дефиницией: «Кодом называется набор значимых единиц и правил их соединения, позволяющий передавать сообщения» [Арнольд 1983: 23].

Слово *передавать* подразумевает и «отправлять», и «получать». Но следует подчеркнуть, что код используется не только для *передачи*, но прежде всего для *создания* текста при порождении речи и для *воссоздания* его смысла при понимании речи: ведь мысль сначала кодируется в голове субъекта, затем, объективируясь в звуках или графических знаках, транслируется в закодированной форме другому субъекту, а затем декодируется в голове этого другого субъекта.

Таким образом, в рамках семиотического подхода к порождению речи понятие “код” оказывается ключевым: код – генеративное начало речи.

Что касается термина *текст*, в семиотике «под текстом понимается осмысленная последовательность любых знаков, в том числе обряд, танец, ритуал и т.п.» [Николаева 1990: 507]. Сообщение представляет собой содержательную грань текста, воздействие на адресата – его функциональную грань, а канал связи – физическую среду, которая в процессе общения выступает как субстанция плана выражения текста и через которую текст как серия сигналов транслируется от адресанта к адресату.

В этой связи следует охарактеризовать понятие «коннотативная семиотика», введенное Л.Ельмслевом [1960]. Это знаковая система, у которой план выражения сам является семиотикой. Знаки – единство плана выражения и плана содержания – в своей совокупности образуют денотативную (первичную) семиотику. При этом они способны служить опорой для **вторичных означаемых** (коннотативных смыслов). Знаки, у которых планом выражения выступают знаки денотативной семиотики как единства денотативных означающих и денотативных означаемых, образуют коннотативную семиотику (знаковую систему, надстроенную над исходной). Коннотативные смыслы имеют ряд характеристик:

- они способны закрепляться не только за вербальными знаками, но и за материальными предметами, выполняющими утилитарную функцию
- они латентны, имплицативны и потому могут не восприниматься реципиентами;
- легко закрепляясь за знаком, они могут столь же легко отрываться от него;
- они диффузны: один материальный предмет или вербальный знак может иметь несколько коннотативных означаемых, и наоборот, одному коннотативному означаемому может соответствовать несколько денотативных знаков-носителей;
- они агрессивны, стремятся подавить или даже вытеснить денотативные смыслы.

Выполняя функции генерации текстов и регенерации смыслов, коннотативные семиотики выступают как особые коды. Поскольку они базируются на денотативных семиотиках, Р.Барт назвал такие вторичные коды «паразитарными кодами» (ср. с понятием «вторичная моделирующая система» у Ю.М.Лотмана).

Некоторые исследователи избегают сближения понятий «код» и «язык». Одни мотивируют это тем, что понятие «код» чаще применяется в отношении невербальных систем коммуникации. Другие считают, что термин *код* несет

представление о структуре только что созданной, искусственной и обусловленной мгновенной договоренностью, в отличие от вербального языка с его «естественным» происхождением и более сложным характером условности. По Ю.М.Лотману [2004], термин *код* психологически ориентирует нас на искусственный язык и некую идеальную модель языка (а также машинную модель коммуникации), тогда как термин *язык* вызывает бессознательное представление об исторической протяженности его существования; если код не предполагает истории, то язык, напротив, можно интерпретировать как код плюс его историю. В то же время, в противовес этому подходу, Ю.М.Лотман, говоря о *культурных* кодах, указывал на их глубокую историческую связь с культурой [1994б].

По У.Эко, понятие “код” близко к понятию “идеология”. В семиотическом универсуме коды представляют собой «узаконенные», зафиксированные системы поведения и ценностей, которые У.Эко и называл идеологией. Конвенционализируясь, идеологии превращаются в коды [Эко 2004]. С данной трактовкой перекликается трактовка Ю.М.Лотмана (сошлемся на его слова о «переходе из сферы содержания в условную область кода»), а также Р.Барта.

3.2. Культурные и лингвокультурные коды

Вербальный язык является основной (первичной) знаковой системой, образующей «костяк» культуры. Культура – поликодовая знаковая система, но естественный язык имеет ряд преимуществ перед другими кодами в плане выполнения мыслительной и коммуникативной функций благодаря его универсальности, стабильности, гибкости, способности к непрестанному совершенствованию и богатству изобразительно-выразительных средств, что способствует оперативной и эффективной обработке информации. Наряду с естественным языком люди используют ряд невербальных кодов, носящих образный характер. Ю.М.Лотман [1994б] называл их *культурными кодами*. Сюда относятся различные образные системы, выполняющие аллегорическую и символическую функцию.

В этой связи в одной из работ отмечалось: «... каждая этнокультура в одной из своих ипостасей представляет собой сложную семиотическую систему ... Одной из [ее] подсистем является обширная парадигма образов, выполняющая знаковую функцию в процессе общения. В нее входят ... образы, почерпнутые из хозяйственной практики, ритуалов, игр, расхожих житейских

представлений, поверий, фольклора, мифологии, религии, литературы и т.д. Образные знаки, извлеченные из «текстов культуры» (как вербальных, так и невербальных), со временем могут отрываться от них, обретать относительную самостоятельность и в свою очередь способствовать созданию новых «текстов культуры». В основе образов лежат реалии действительности. Под реалией здесь понимается предмет, свойство, действие, процесс, событие, ситуация, прямо относящиеся к данной культуре либо так или иначе вовлеченные в предметно-практическую и / или духовную деятельность человека» [Савицкий 1993а: 117].

Образ как единица первой сигнальной системы (единица сенсорного восприятия) обретает черты *знака* (по И.П.Павлову, единицы 2-й сигнальной системы) после того, как становится «не равным самому себе». В этих случаях образ, по упоминавшемуся выше выражению А.Ф.Лосева, переходит в «область инобытия» и начинает выполнять выразительную и изобразительную функции.

Образный код культуры – это система входящих в данную культуру, устоявшихся в коммуникативной практике, кодифицированных образов, служащих знаками (символами) тех или иных явлений бытия. Как упоминалось, такие подсистемы культуры в терминах Тартуско-московской семиотической школы получили наименование культурных кодов (см.: [Лотман 1994б]).

В качестве культурного кода может выступать ментальная картина любой чувственно воспринимаемой области действительности: ландшафта, явлений природы, флоры, фауны, артефактов (орудий труда, жилища, хозяйственной утвари, одежды, оружия и т.п.), а также того, что с этими предметами происходит. Всё это – «языки» мышления и общения.

Информационный компонент (семантика и прагматика) каждого такого кода – это набор отдельных смысловесущих образов, а его процедурный компонент (синтактика) представляет собой фрейм, то есть генеральную схему, по которой отдельные образы складываются в общую «картину». Впрочем, зачастую бывает более уместна не живописная, а театральная аналогия: речь идет не только о статичных, встающих перед мысленным взором «картинах», но и о динамичных «сценах и актах спектакля» (фрейма-сценария).

Будучи средоточием этнокультуры, вербальный этноязык вбирает в себя многие элементы предметно-культурных кодов. Происходит *экспансия* культурных кодов в этноязык. Образы сменяют субстанцию плана выражения и из натуральной формы существования переходят в форму естественно-языковую. Невербальные культурные коды, обретая словесную форму,

становятся *лингвокультурными кодами*, которые функционируют в процессе речевого общения.

Планом содержания лингвокультурного кода является концептуальное поле, а планом выражения – лексико-фразеологическое поле. Планом содержания общей системы лингвокультурных кодов является концептосфера данного народа, а планом выражения – лексико-фразеологический фонд данного языка. Понятийная и аксиологическая составляющие относятся к плану содержания, а образная – к верхнему уровню плана выражения. Лингвокультурный концепт, распространяясь на оба плана, служит связующим звеном между ними, цементирующим их в единое семиотическое целое. Так совмещаются друг с другом лингвокультурологические категории и категории и лингвосемиотики культуры, образуя единство.

Таким образом, если код представляет собой знаковую систему, которая выступает в определенных функциях, а культурный код – образную систему культуры, рассматриваемую в ее знаковом аспекте, то лингвокультурный код – это культурный код, обретший естественноречевое воплощение.

Лингвокультурные коды обладают национально-культурной спецификой. Всякий носитель этнолингвокультуры с ранних лет усваивает эти коды вместе с родным языком. Они особенно широко применяются в фольклоре и художественной литературе, в первую очередь в поэзии. Можно утверждать, что стихотворение представляет собой текст, созданный на базе не только вербального языка, но и того или иного культурного кода / кодов.

В составе культуры различают сокровищницу ее готового достояния (культуру *in formatō*, в статике) и актуальную культуру (культуру *in formatiō*, в динамике). В динамическом аспекте культура предстает как система образцов (схем, программ) предметно-практического и интеллектуально-духовного поведения, формирующаяся в ходе социально-исторического развития народа. Упомянутые схемы, регулирующие поведение людей как разумных существ и членов общества, могут рассматриваться как система правил. Эти правила не носят биологически наследуемого характера; они передаются в поколениях путем освоения через подражание и научение. По аналогии с биологической наследственностью можно говорить о культурном наследии, в рамках которого отдельные программы поведения могут рассматриваться как своего рода «культурные гены». Подобно биологическим генам, образующим генетический код, системы «культурных генов» образуют культурные коды.

Не случайно в английском языке слово *code* означает не только “код” (знаковая система), но и “кодекс / программа” (свод правил). Код и кодекс

неразделимы. Всякий код есть средство, с помощью которого программируется (социально кодифицируется) человеческое поведение. Личность - есть совокупность общественных отношений [Маркс 1959]. Эти отношения закодированы в культуре и составляют ядро личности как семиотического феномена.

Программы предметно-практического и духовно-теоретического поведения функционируют в обществе в семиотической форме (системы социального символизма, этикет, разного рода сигналы и др.), в том числе в естественной языковой форме (в виде различных вербальных прескрипций, заветов, заповедей, юридических и моральных законов, поучений, пословиц и т.д.). Сам естественный язык под этим углом зрения может рассматриваться в качестве мегапрограммы, регулирующей мышление и поведение людей через мифологию, религию, мораль, идеологию, право, образование и воспитание, рекламу, пиар.

Семиотический подход дает возможность описать язык и культуру в единой системе категорий. С этих позиций словесный язык представляет собой главную, основополагающую семиотическую систему этнокультуры, над которой располагаются все остальные семиотические системы данной культуры как ее вспомогательные механизмы. Исходя из вышеупомянутого взгляда на культуру, представители Тартуско-Московской семиотической школы называли культурные коды вторичными моделирующими системами [Лотман 1994а].

Между вербальными и невербальными кодами происходит непрерывное взаимодействие: наблюдается проникновение культурных кодов в естественный язык (в особенности на участке образной лексики и фразеологии), а также обратное воздействие словесного языка на культуру (см.: [Сепир 1993]; [Уорф 1999]). Как верно отметил К.А.Долинин [1978], очень многие, а то и большинство граней человеческого бытия имеют семиотический аспект; это согласуется с утверждением Ю.М.Лотмана [1994а] о том, что в человеческом социуме нет ничего, находящегося вне культуры. Говорят о культуре одежды, труда, жилища, питания, быта, тела и т.п., а где культура, там и знаковая деятельность. Стиль одежды, марка автомобиля, дизайн помещения, характер питания и т.д. и т.п. – всё имеет знаковый аспект.

Что значит *осмысливать* мир? Это значит придавать человеческий смысл миру в целом и его отдельным фрагментам – предметам и явлениям. Но предмет или явление, имеющее смысл, есть знак. В этой связи как нельзя кстати оказываются строки:

Все явления – знаки, по которым

Ты вспоминаешь самого себя

И волокно за волокном собираешь

Ткань духа своего, разорванного миром. (М.Волошин)

По К.Марксу [1959], предметы имеют натуральную и социальную формы существования, которые срастаются в общественном процессе. В частности, в орудиях труда представлено их социальное бытие (назначение, функционирование), что дает им возможность символически опосредовать отношение человека к природе и другому человеку. Они становятся символами. Человеческий смысл предмета – это его социокультурное символическое инобытие. По А.Ф.Лосеву, символ зачастую выходит за первичные тематические рамки и начинает символизировать «любые области инобытия, в том числе также безграничные области» [Лосев 1982: 447]. Системы символов образуют культурные коды.

Как отмечалось, в сфере духовного производства, переходя из материальной в идеальную форму существования, приобретая образный характер, в качестве культурного кода может использоваться практически любая чувственно воспринимаемая область действительности: космические объекты, явления природы, растения, животные, тело человека, орудия хозяйственного обихода, техника, оружие и т.д. Образная система «становится как бы всеобщим языком» (выражение С.М.Шалютина [1985: 67]), претендуя на охват всего универсума. Внутренняя логика каждой образной сферы и ее связь с другими сферами определяют характер ее символического содержания. Так, Ю.М.Лотман писал: «Символика времени года – одна из наиболее общих и многообразных в смысловом отношении. Связанная с философией природы идеей цикличности, символикой крестьянского труда, она является удобным языком для выражения самых общих метафизических понятий ... Она легко втягивает в себя антитезы “естественной” деревенской и “искусственной” городской жизни и многие другие, являясь ... одним из универсальных культурных кодов» [Лотман 1994б: 394].

Культурный код может распадаться на субкоды; иерархия субкодов бывает многоуровневой. Множество культурных кодов с их вертикальными и горизонтальными отношениями составляет образную систему культуры.

Единицы культурных кодов (отдельные образы) представляют собой знаки с переменной субстанцией плана выражения. Один и тот же образ может воплощаться в различных материальных носителях. Это может быть его

натуральный носитель либо его скульптурные, фотографические, живописные и иные изображения.

Особый случай – *словесное* воплощение образа; в нем план выражения обладает не только специфической субстанцией (звуковой либо визуальной), но и специфической (естественноязыковой) формой. Если, скажем, гипс как материал изобразительного искусства сам по себе аморфен и представляет собой «чистую» субстанцию плана выражения скульптуры, то вербальный язык еще до того, как стать субстратом сенсорного образа, уже обладает собственной внешней и внутренней формой. Структура образа, получая словесное воплощение, адаптируется к структуре языка, взаимодействует с ней и вбирает ее в себя.

Этноязык неразрывно связан со своей этнокультурой; культурные коды вливаются в этноязык, прежде всего в сферы образной лексики, фразеологии и паремиологии. В свою очередь, словесный язык дает культурным кодам свою форму, в той или иной мере способствует их формированию и развитию.

Таким образом, лексико-фразеологический фонд на образном уровне представляет собой естественно-языковое воплощение целого ряда культурных кодов, субкодов и микрокодов. Лексическая и фразеологическая образность не полностью охватывает, но пересекается со многими культурными кодами, в значительной мере антропоцентрически ориентированными по своей тематике.

Между единицами культурных кодов (отдельными образами) и единицами вербального языка (словами) нет ярко выраженного взаимно-однозначного соответствия. Один образ может быть выражен как одним словом, так и несколькими словами, оставаясь единым знаком. Единицы лингвокультурного кода образуются при взаимодействии единиц культурных кодов с единицами вербального кода. Единица лингвокультурного кода может состоять из любого количества лексем, но является языковым воплощением только одной единицы культурного кода (отдельного образа).

Нижеследующая дефиниция выражает мнение многих ученых о том, что такое *лингвистический образ*: это «созданное средствами языка двухплановое изображение, которое основано на выражении одного предмета через другой» [Коралова 1975: 41]. Из нее следует, что образностью (в лингвистическом смысле) обладает не всякая языковая единица, чья внутренняя форма фиксирует тот или иной признак объекта номинации, а лишь такая, чья внутренняя форма выражает «один предмет через другой», то есть называет объект «чужим» именем. Такой процесс называется вторичной номинацией и представляет собой перенос значения / названия (семантический перенос).

Значение таких единиц называется переносным. Следовательно, образные коды культуры воплощаются лишь в таких единицах языка, которые обладают *образной основой* (в указанном выше смысле), а значит – переносным (а не каким-либо иным небуквальным) значением.

Как уже не раз упоминалось, лингвистический образ указывает на какую-либо «область инобытия». Он выражает не то, чем является сам. Это всегда *иносказание*. К числу языковых образных средств относятся метафора, аллегория, символ, компаратив, перифраз, метонимия и др. Образными (в строгом смысле) можно назвать лишь те языковые единицы, у которых мотивировка значения базируется на применении вышеперечисленных выразительных средств.

Лингвокультурный код является *моделирующей* системой потому, что в нем содержится структурная аналогия (модель) какой-либо области бытия, вскрывающая внутренние закономерности этой области и в той или иной мере влияющая на ее осмысление и поведение человека в ее рамках. Метафорико-символический код способен «подсказывать, настраивать, наводить на определенный тип решения и поведения» [Баранов, Караулов 1991: 61].

Лингвокультурный код является *речепорождающей* системой потому, что носители лингвокультуры мыслят в его категориях и на этой основе формируют и вербально формулируют мысль. Такие коды, вплетаясь в естественно-языковой код, участвуют в генеративном процессе.

Культурный код по Ю.М.Лотману – это система образов, кодифицированных в данной культуре. Несколько иначе трактовал культурный код Р.Барт: «Мы называем кодами ... ассоциативные поля, сверхтекстовую организацию значений, которые навязывают представление об определенной структуре; код, как мы его понимаем, принадлежит главным образом к сфере культуры: коды – это определенные типы *уже виденного, уже читанного, уже деланного*; код есть конкретная форма этого “уже” ... Хотя, по сути, все коды создаются культурой, среди встреченных нами кодов есть один, за которым мы специально закрепим наименование *культурный код*: это код человеческого знания ...: общественных представлений, общественных мнений – короче, культуры, как она транслируется ... всеми видами общественных связей. Знание как корпус правил, выработанных обществом; вот референция этого кода. Нам встретилось много этих культурных кодов (или много субкодов общего культурного кода): научный код; риторический код; хронологический код; социоисторический код; код действий, или акциональный код» [Барт 1994: 455 – 457].

В другой работе Р.Барт приводит в пример «код колонизации» (Д.Дефо. «Ро-бинзон Крузо»; Ж.Верн. «Таинственный остров»), в котором обнаруживаются символические «мотивы вторжения в природу, ее подчинения, преобразования, применения знаний» [ibid.: 411]. Это символ научно-технического прогресса.

Р.Барт указал на «очевидную банальность, незначительность» и общеизвестность деталей текста, которая «предрасполагает их к вхождению в состав кода», ибо «код – это корпус правил, настолько расхожих, что мы принимаем их за природные данности» [там же: 457]. Одним словом, культурный код по Барту – это общеизвестная тема («уже виденное / читанное / деланное»), проходящая по страницам текста и символизирующая нечто большее, чем она сама, то есть переходящая в «инобытие». Текст (< лат. *textus* «плетение») состоит из ряда переплетающихся культурных кодов, как ткань – из нитей.

В отличие от лотмановской трактовки, делающей акцент на определенной дискретности культурного кода, его расчлененности на парадигму относительно самостоятельных образно-символических знаков, в бартовской трактовке культурный код более континуален; хотя он делится на субкоды, характеризующиеся собственными символическими мотивами, его всё же трудно разбить на отдельные знаки. Скорее, он как целое передает общую идею. Лотмановская и бартовская трактовки – два взаимодополняющих взгляда на культурные коды.

Опираясь на эти взгляды, далее мы будем рассматривать лингвокультурные коды как многочисленные, взаимопересекающиеся, пронизывающие текст, порой трудноуловимые, но реально существующие, выраженные языковыми средствами темы, мотивы, обладающие символическим «инобытием» и – каждый по-своему – стремящиеся стать «всеобщими языками», то есть отразить универсум или его часть сквозь призму какой-либо одной темы. Такова, например, образная презентация всей социокультурной действительности как грандиозного спектакля («Весь мир – театр»). В дальнейшем мы покажем действие английских лингвокультурных кодов в сопоставлении с русскими в процессе порождения речи. Следует подчеркнуть, что мы рассматриваем не индивидуально-авторские, а в основном общеупотребительные коды, входящие в лингвокультуру как народное достояние.

Между вербальными и невербальными кодами происходит непрерывное взаимодействие: наблюдается экспансия культурных кодов в естественный

язык (в особенности на участке образной лексики и фразеологии), а также обратное воздействие словесного языка на культуру (Э.Сепир, Б.Л.Уорф). Как справедливо отметил К.А.Долинин [1975], очень многие, если не большинство сторон человеческого бытия, имеют знаковый аспект; это согласуется с тезисом Ю.М.Лотмана [1994а] о том, что в человеческом обществе нет ничего вне культуры. В данном аспекте мы можем говорить о культуре одежды, труда, жилища, питания и т.п.

Например, одежда служит не только утилитарным целям, но и предназначается для того, чтобы сигнализировать окружающим о социальной принадлежности, уровне жизни, ценностных ориентациях и эстетических вкусах владельца.

Марка автомобиля тоже призвана символизировать социальный статус и престиж его обладателя. В этот ряд входят и продукты питания, и традиции приема пищи, и, говоря в целом, то, что называют культурой питания. Всё это образует один из культурных кодов, который называется глоттоническим или алиментарным кодом. Можно говорить и о культурных кодах с предметными сферами “жилище”, “украшения”, “предметы домашнего обихода” и др. Мы исследуем экспансию невербальных культурных кодов в национальный (прежде всего английский) язык и связанную с этим символику наименований, относящихся к соответствующим тематическим областям.

По А.Ф.Лосеву, код может выйти за первичные денотативные рамки и начать символизировать «любые области инобытия, в том числе также безграничные области» [Лосев 1982: 433]. Этот тезис справедлив и в отношении культурного кода «Одежда». С его помощью можно обозначать не только всё, что связано с одеждой, но и иные области культуры и, в первую очередь, область ее ключевых ценностей.

В порядке иллюстрации изложенных положений приведем ряд примеров. Существуют этнокультуры, в которых стиль одежды составляет один из важнейших показателей социального статуса индивидуума и является фактором престижа. Таковы средневосточные и дальневосточные культуры. Почет, оказываемый тому или иному члену общества, во многом определяется тем, как он одевается. Во времена, когда восточная культура не испытывала влияния западной культуры, внешними показателями высокого социального положения, богатства и знатности служили сорт ткани, из которой изготовлена одежда, и замасленность одежды, которая свидетельствовала о том, что данный человек потребляет большое количество жирной пищи, а следовательно, богат и знатен.

В современной западной культуре богатство одеяния в значительно

меньшей степени является фактором престижа. Замасленная одежда служит признаком невоздержанности и неряшливости.

И всё же в западной культуре манера одеваться не является семиотически нейтральной. Фактором престижа служат не роскошность и тем более не замасленность одежды, а ее функциональность и стильность, обуславливающая ее высокую цену (хотя последнее не имеет первоочередного значения). Такой стиль свидетельствует о соответствии западным культурным стандартам и определенном социальном положении субъекта. В конечном счете, в западной культуре престиж преимущественно определяется богатством. Перечисленные и другие подобные особенности одежды, связанные с системами ценностей народа, находят отражение в вербальных текстах и в самой системе языка. Аксиологическая значимость одежды, манеры ее выбора и ношения выражены, в частности, в современном фольклоре, прежде всего в анекдотах.

Такие английские слова, как *clad*, *attire*, несут высокоположительную коннотацию, в то время как наименования типа *rags*, *sackcloth* и т.п. несут скорее отрицательную коннотацию, поскольку на Западе такое одеяние характерно для малообеспеченных слоев населения. Одежда и аксессуары, которые издавна традиционны для данного народа, в коллективном представлении носили сакральный характер. Например, в шотландской культуре это килт с соответствующим рисунком на ткани; в культурах Средней Азии – халат; в русской культуре это был боярский кафтан с очень длинными рукавами и т.д. Принятое отношение к этим видам одежды отражено в фольклоре, идиоматических оборотах и пословицах народа:

Англ. *If the cap fits, wear it; Fortunatus' cap; to be in sackcloth and ashes; to have a bee in one's bonnet (etc).*

Рус. По одежке протягивай ножки; По Сеньке и шапка; Встречают по одежке, а провожают по уму (и т.п.)

В этих и многих других подобных словесных оборотах характер одежды символизирует социальный статус ее носителя.

Семиотику английского лексико-фразеологического поля «Одежда» можно понять достаточно полно и адекватно лишь в том случае, если она будет рассмотрена на фоне невербальной семантики данной области английской культуры. В нашей работе соответствующий код английской лингвокультуры анализируется во взаимосвязи двух его аспектов: вербально-семиотического и культурно-семиотического.

В качестве примера приведем английский фразеологизм, который встретился в нашем материале – *shirt sleeve* “дипломатия”. В данном случае мы

имеем дело с двумя лексемами, но с единым образом, не делимым на составляющие его образы, то есть с одной, а не двумя единицами культурного кода. Образ переосмыслен здесь целиком. Дискретизация имеет место на лексическом, но не на образном / фразеосемантическом уровнях знакового строения этих языковых единиц. Один образ представлен не одним, а двумя словами; он мог бы репрезентироваться тремя, четырьмя, пятью лексемами, но при этом оставаться единым. Единство образа цементирует репрезентирующую его цепочку слов в одну номинативную единицу, подавляя самостоятельную номинативную функцию отдельных слов и превращая их во фразеологизмы. Это устойчивое сочетание лексем в переносном значении представляет собой **одну** единицу кода, выступает как отдельный фразеологизм. Его целостность подтверждается: 1) его синтаксической нетрансформируемостью (нельзя сказать **sleeve of the shirt*, сохранив фигуральное значение словосочетания); 2) существованием **лексического** варианта этой единицы (*shirtsleeve*). В переносном значении она выступает как отдельная единица кода «Одежда».

Словосочетания *blue collar* (букв. «синий воротничок», перен. «рабочий») / *white collar* (букв. «белый воротничок», перен. «служащий»), *silk stocking* (букв. «шелковый чулок», перен. «богач») / *blue stocking* (букв. «синий чулок», перен. «сухая педантка») не столь целостны; в них прослеживается деление на лексические значения «человек (носитель одежды)» и «социальная роль (символизируемая цветом или материалом одежды)». Снижение целостности обусловлено существованием структурно-семантической модели сочетаний слов: имя прилагательное (название свойства) + имя существительное (название одежды).

Чем длиннее модельный ряд, тем менее целостно (более членимо) каждое входящее в него словосочетание. Ср.: *red hat* «кардинал» / *copper hat* «полицейский» / *brass hat* «штабной офицер» / *steel hat* (= *hard hat*) «строитель» / *bad hat* «негодяй».

Единицы лингвокультурного кода образуются при взаимодействии культурных кодов с общеязыковым кодом. Единица лингвокультурного кода может состоять из любого количества лексем (от одной до всех, входящих в состав фразеологизма), но является естественноразноязыковым воплощением только одной единицы культурного кода (отдельного образа).

Лингвистический образ всегда указывает на какую-либо область инобытия [Лосев 1982: 433]. Он выражает не то, чем является сам. Образ – это всегда **ино**сказание. К числу образных средств относятся метафора, аллегория, символ, компаратив, индикация (и ее разновидность – метонимия). На наш

взгляд, образными (в строгом смысле) можно назвать лишь те языковые единицы, у которых мотивировка значения основана на использовании перечисленных выразительных средств.

Лингвокультурные коды обладают национально-культурной спецификой. Они отражают особенности культуры использующего их народа. Всякий носитель этнокультуры и этноязыка с ранних лет усваивает эти коды вместе с родным языком.

Образы предметов одежды и всего, что с ними связано, составляют один из самых богатых и разветвленных культурных кодов. Выбор одежды, ее стиль, связанные с ней праздничные ритуалы и тому подобное тесно связаны с базовой системой ценностей народа, являются факторами престижа и служат символами самых разнообразных аспектов культурной жизни. Лексико-фразеологическое поле «Одежда», в свою очередь, представляет собой, с точки зрения семиотики культуры, языковую базу высоко развитого лингвокультурного кода.

3.3. Экспансия культурных кодов в естественный язык

Языкознание конца XX – начала XXI столетий характеризуется сменой категориально-терминологической парадигмы. Если в предыдущем столетии лингвистов интересовала главным образом структура языка, рассматриваемая «в самой себе» [Соссюр 1977: 33], то на рубеже тысячелетий стали актуальны вопросы о том, как язык связан с обществом, культурой и психологией человека, как социо семиотические и социокультурные факторы определяют построение речи, как культурные коды взаимодействуют с вербальной семиотической системой (естественным языком).

Выход за пределы имманентной языковой структуры ознаменовал собой расширение объекта и предмета лингвистических исследований и «оккупацию» территорий, которые ранее относились к компетенции других научных отраслей – культурологии, социологии, психологии и семиотики. Возник ряд междисциплинарных отраслей: психо-, социо-, семио- и культурологическая лингвистика, а также этнолингвистика, лингвострановедение, психология речи, теория языковой личности, социо семиотика и семиотика культуры. Появился интерес к функционированию языка в социальном и культурном контексте, приведший к созданию теории дискурса. Таким образом, в поле зрения языковедов попали области, смежные с языком.

«Презумпция “чистоты науки” лежит в основании ... аргумента: “это не

лингвистика” ... [Но] то, что считается “нелингвистикой” на одном этапе, включается в нее на следующем. Этот процесс лингвистической экспансии нельзя считать законченным» [Бергельсон и др., 1987: 35].

Стыковые отрасли обязаны своим возникновением тому факту, что перекодирование информации с языка одной науки на язык другой (других) приводит к осмыслению объекта на новых теоретических основаниях, на более высоком уровне и позволяет добиться результатов, недостижимых при одностороннем подходе. Ди- и полиаспектный подход, предполагающий наложение друг на друга альтернативных моделей объекта, дает возможность создать его объемную картину и на этой основе заметно расширить область прикладного использования полученных данных: обучение языкам, перевод, пропаганда, реклама, пиар, нейролингвистическое программирование, психотренинг, психотерапия, автоматический синтез и анализ речи, разработка программ искусственного интеллекта и др.

Одной из междисциплинарных отраслей, получивших в наше время наиболее активное развитие и связанных с изучением языковых явлений в широком контексте их существования, является лингвокультурология.

Термин *лингвокультурология* стал активно применяться в последние десятилетия в связи с работами фразеологической школы, возглавляемой В.Н. Телия, а также работами Ю.С. Степанова, Н.Д. Арутюновой, В.В. Воробьева, В. Шаклеина, В.А. Масловой и других исследователей. Если культурология исследует самосознание человека по отношению к природе, обществу, истории, искусству и другим сферам его социального и культурного бытия, а языкознание рассматривает мировоззрение, которое отображается и фиксируется в языке в виде ментальных моделей, то лингвокультурология имеет своим предметом и язык, и культуру, находящиеся в диалоге, взаимодействии.

В конце XX века возросший интерес к проблеме связи языка и культуры послужил толчком к дифференциации антропологической лингвистики и оформлению лингвокультурологии в самостоятельное направление. Изучив существующие точки зрения, мы пришли к выводу, что лингвокультурология – это комплексная дисциплина, целью которой является не только исследование и описание фактов культуры через факты языка, не только прочтение культурной информации, закодированной в языке, но и обеспечение успешной межкультурной коммуникации, посредством формирования культурной компетенции у носителей языка, которая позволяла бы им адекватно реагировать на скрытые в языке культурные смыслы. Таким образом, в задачу

лингвокультурологии входит исследование всех возможных проявлений культуры в языке.

В рамках этой комплексной области познания исследуются взаимосвязь и взаимовлияние языка и культуры. Ее расцвет обусловлен тем, что в современную эпоху, характеризующуюся глобальным ростом межкультурной коммуникации, возросла необходимость «наведения мостов» между народами, которые в течение многих предшествующих веков были в той или иной степени изолированы друг от друга в культурном отношении и испытывали значительные трудности в преодолении культурных и языковых барьеров. Технический и социальный прогресс ныне обеспечивает возможность превращения земного шара в единое информационное пространство. Однако, помимо социального и технического, существует еще один аспект проблемы международного общения, который требует безотлагательного решения; это проблема межкультурного взаимопонимания. Специфика исторического развития этнокультур обусловила немалые различия в ценностных системах, культурных кодах, обычаях и традициях, социальном символизме, речевом и неречевом этикете и других компонентах этнокультур. Это привело к тому, что каждая этнокультура до сих пор в значительной мере является «вещью в себе», малопонятной для носителей иных (особенно генетически и типологически удаленных) культур и языков. Этот барьер необходимо преодолеть, поскольку без знакомства с чужой культурой знание чужого языка оказывается само по себе недостаточным для адекватного и эффективного международного общения. «Мы не сможем полностью понять язык другого народа, – отмечал Р.Ладо, – пока не научимся видеть его глазами тех, кого они считают своими героями, пока не уясним, чему они воздают хвалу, что считают доблестью, делом чести ...» (цит. по: [Томахин 1980: 85]).

С лингвокультурологической точки зрения, культура – это, прежде всего, хранилище безграничного опыта нации, накопленного множеством поколений. Однако культура не может быть наследована генетически и для передачи ее потомкам необходим «проводник», в роли которого и выступает язык.

Несомненно, между языком и культурой существует прямая связь и эта связь неразрывна. Само существование языка как явления невозможно вне культуры, так же как и существование культуры немислимо без языка. И язык, и культура являются знаковыми системами и служат для отображения мировоззрения человека. Оба явления имеют сходное социальное происхождение – условием функционирования обоих выступает общество. На наш взгляд, культура и язык находятся в отношениях взаимообусловленности и

взаимозависимости. Они дополняют друг друга и проникают друг в друга. Иными словами, культура выражена в языке так же, как язык в культуре.

Наука культурология напрямую связана с изучением языка, который, в свою очередь, является неотъемлемой частью этнокультуры. Носителем языка является человек, а с человека, в свою очередь, начинается культура, к которой относится всё, что «не есть природа», т.е. всё, что создано человеком. Связь языка и человека обусловила возникновение понятий “языковой человек”, “языковая личность”, которые отражают внутренний механизм связи языка и культуры через человека. Человек является основополагающим фактором, регулирующим жизнеспособность, формы существования и изменчивость слова; это и фактор, структурирующий языковой материал в пределах отрезка лингвистического времени и формирующий соответствующие семантические комплексы и их варианты. Тем самым он несет в себе и генетическую структуру языка, и потенциал изменчивости языка.

Как уже отмечалось, перечисленные явления лингвокультуры имеют и знаковый аспект, а значит, их целесообразно параллельно рассматривать и в терминах лингвосомиотики культуры.

Каждый язык предназначен для обмена и регулирования информационных процессов, прежде всего, в рамках своей родной культуры, но на каждом этноязыке можно говорить о других этнокультурах. За знаками языка стоят, в первую очередь, феномены, образы и символы этой культуры. Для правильного понимания речи на конкретном языке необходимо отчетливо осознавать этноспецифику его единиц как в денотативно-сигнификативном, так и в коннотативном аспекте их семантики, а также располагать фоновыми знаниями, не закрепленными в значениях и внутренней форме знаков, но позволяющими понимать высказывания и тексты, апеллирующие к этим знаниям.

3.4. Семиокультурный аспект анализа лексико-фразеологического поля «Одежда»

Самым распространенным, классическим определением семиотики является определение *по объекту*: «Семиотика – это наука о знаках и / или знаковых системах». Однако, если отнестись к этому определению более вдумчиво, возникает вопрос: кто устанавливает различие между знаками и не знаками .

Уже Фома Аквинский осознавал трудность разграничения вещей и

знаков. С одной стороны, мы можем познавать вещи и говорить о вещах только с помощью знаков, заменяя вещи их обозначениями. С другой стороны, то, что обычно используется как знак, в некоторых ситуациях может восприниматься (и использоваться) как простая вещь. Иногда люди наделяют особыми значениями вещи, для других совершенно незначимые.

Таким образом, семиотика – это средство рассмотрения чего угодно в качестве знаков и знаковых систем. Ее объектом является *всё*, а предметом – знаковый аспект всего.

Определение второго типа – это определение по методу. Семиотика – это приложение лингвистических методов к объектам иным, чем естественный язык. Это означает, что семиотика есть некоторый способ рассмотрения чего угодно как сконструированного и функционирующего подобно языку. В этом "подобно" состоит сущность метода. Всё может быть описано как язык (или как имеющее свой язык): система родства, карточные игры, жесты и мимика, кулинария, религиозные ритуалы и поведение насекомых. Следовательно, семиотика, – это перенос метафоры языка на любые неязыковые (с точки зрения обычного, «несемиотического» сознания) феномены. Одним из принципов, на которых основывается семиотика, является расширение значения лингвистических терминов. Таким образом, метод семиотики – это рассмотрение чего угодно как метафоры языка или, говоря иначе, метафорическое описание чего угодно в качестве языка.

Будучи мультидисциплинарной отраслью исследований, объединяющей в себе целый ряд разнообразных направлений и школ, культурология в значительной мере пересекается с таким активно развивающимся в настоящее время течением научной мысли, как семиотика культуры. Семиологическое направление в культурологии, у истоков которого стояли выдающиеся теоретики культуры К.Леви-Стросс [Lйvi-Strauss 1978], Р.Барт [Барт 1994], Ю.М.Лотман [Лотман 1970; 1972; 1994а] и другие, на рубеже столетий является одним из самых плодотворных и авторитетных в составе этой синтетической научной отрасли. С позиций теории знаков, культура представляет собой систему иерархически организованных и взаимодействующих кодов, в основе которой лежит естественный язык как наиболее важная и универсальная знаковая система. Над естественным языком надстраиваются цивилизационные коды (искусственные языки) и культурные коды (вторичные моделирующие системы), одной из разновидностей которых являются образные коды.

Образный код – это обширная парадигма образов, выполняющих знаковую функцию в процессе общения» [Савицкий, 1993: 117]. В качестве

онтологического субстрата для формирования образных кодов, по мнению Ю.М.Лотмана, может служить практически любая сфера действительности, характеризующаяся чувственной наглядностью: явления природы, смена времен года, флора, фауна, предметы хозяйственного обихода, оружие, орудия труда, одежда и т.д. и т.п. Элементы этих сфер бытия называются (природными или культурными) реалиями. Они имеют натуральную и социальную формы существования, которые срастаются в общественном процессе. Это позволяет им символически опосредовать отношение человека к природе, другому человеку и обществу в целом.

По А.Я.Гуревичу, знаковое функционирование реалий наиболее ярко проявлялось в феодальный период культурно-исторического развития народов, когда «самые разнообразные предметы (меч, копье, молот, палка, стул, перчатка, головной убор, ключ и многое другое) наряду с их прагматической функцией выполняли еще и функцию символов» (цит. по: [Копалов 1976: 82]). Однако и на современном этапе наблюдается активное использование материально-предметной символики.

В основе символики образных кодов лежит «взаимное ... уподобление явлений и процессов, сводящее пестроту мира к инвариантным, целостным образцам ... Дискретный код обогащает познание по принципу линейного присоединения, а целостный – по принципу аналогового расширения ... Это образы, тропы ... Именно такие модели ... выступают как представления о сущности явления, о его “скрытом схематизме” ...» [Ладенко 1987: 17 – 18]. Уподобление, аналогия, составляющая сущность метафорико-символического означивания объектов, свидетельствует о том, что используемые при этом материально-предметные образы выполняют моделирующую функцию, а поскольку, по Ю.М.Лотману, всякая моделирующая система есть язык (код), то образные системы культуры представляют собой особого рода языки культуры, а их элементы (отдельные образы) суть знаки культуры. [Лотман 1994: 263]. Образный знак не обязательно существует в исходной натуральной субстанции плана выражения. Он может рассматриваться в отрыве от своего первоначального материального носителя. Л.В.Уваров [1978] называет такие образы идеальными символами.

Идеальные символы могут, при перекодировании в иной семиотической системе, воплощаться в различных субстанциях, сохраняя при этом свою форму (образную структуру). Так, голубь как символ мира может использоваться в естественном виде (например, на демонстрации пацифистов), а также в виде оригами-макетов, в виде разного рода изображений, в том числе в виде слов

“голубь, голубка, голубица, горлица” (рус.), *le pigeon* (франц.), *a pigeon, a dove, a turtle* (англ.) (< лат. *turtur* “голубка”) и др. При переводе на вербальный код происходит экспансия культурного кода в естественный язык, их слияние и взаимодействие на данном участке. Образная лексика, фразеология и паремиология естественного языка представляют собой те его участки, на которых наблюдается особенно активное взаимовлияние языка и культуры.

В качестве кода с позиций семиотики культуры может рассматриваться и лексико-фразеологическое поле «Одежда». По нашим наблюдениям, это один из самых разветвленных и богатых кодов английской лингвокультуры. Поскольку одежда составляет одну из базисных человеческих ценностей, а ядром всякой культуры выступает аксиологическая (ценностная) иерархия, образный код «Одежда» занимает одно из центральных мест в системе кодов, связанных с символическим выражением представлений о ценностях. По А.Ф.Лосеву, «символ ... указывает на любые области инобытия» [Лосев 1982: 433], то есть обозначает нечто иное, чем является сам; образы одежды символизируют разнообразные иные ценности: социальные, духовные, личностные, религиозные, нравственные, гедонистические и др. Перечисленные ценности осмысливаются и функционируют в процессе коммуникации в форме культурных концептов, чьими языковыми десигнаторами выступают не в последнюю очередь наименования предметов одежды.

Одежда – один из древнейших, важнейших и неотъемлемых атрибутов человеческого бытия. Ее огромная онтологическая значимость для людей на земле обуславливает сравнимую по масштабу значимость ее общественного бытия, а значит, и лингвокультурных форм ее функционирования в социуме. С незапамятных времен одежда и ее символическое инобытие теснейшим образом вплетены в культуру: быт, обряды, ритуалы, традиции, праздники, фольклор, мифологию, религию, искусство, идеологию, пиар и другие формы общественного сознания. С помощью этого кода выражается широкий круг понятийно-аксиологических категорий и социально значимых идей. Ниже этот тезис иллюстрируется на эмпирическом языковом материале.

Образы древнейшей и простейшей одежды, без которой люди не могли существовать после глобального похолодания на планете, символизируют (в том числе в вербальной форме) самые насущные условия человеческого существования – то, без чего невозможна жизнь тела и души. Слово *wear* до сих пор присутствует во фразеологизмах, где есть образы нелегкой жизни: *wear and tear of life* – “жизненные передряги”.

В Библии слово *одежда* имеет следующий смысл: это второй по насущности важный предмет после продуктов питания. Без него человек не может жить, так как он защищает их от воздействия внешних факторов. Существует множество библеизмов, связанных с одеждой, так как в религии одежда выполняет еще и ритуальную функцию. Библеизм *to be in sackcloth* означает “каяться”. Отрывок из «Начатков христианского православного учения» показывает нам, какое значение имела одежда в Библии:

«Адам и Ева не имели одежды, потому что в воздухе не было ничего вредного и разрушительного для тела, и потому, что их тела нетленны и чисты, а потому и не нужно было покрывать оныя» (Начатки православного учения. 1896). При этом в Евангелии от Матфея приветствуется как раз гигиеническая функция одежды, а не социальная: «Посему говорю вам: не заботьтесь для души вашей, что вам есть и что пить, ни для тела вашего, во что одеться. Душа не больше ли пищи, а тело – одежды? <...> И об одежде что заботитесь? Посмотрите на полевые лилии, как они растут: не трудятся, не прядут».

Сравним эти отрывки с фрагментами из Ветхого Завета:

And the Lord God took the man, and put him into the garden of Eden to dress it and to keep it [Genesis 2: 15].

Unto Adam also and to his wife did the Lord God make coats of skins, and clothed them [Genesis 3: 21].

And the Lord said unto Moses, Go unto the people, and sanctify them to day and to morrow, and let them wash their clothes ... [Exodus 19: 14].

And Moses went down from the mount unto the people, and sanctified the people; and they washed their clothes [Exodus 19: 10].

Отношение к одежде примерно одинаково: одежда – незаменимый атрибут для существования. Библия призывает христиан носить скромную чистую одежду; женщины, входя в храм Божий, обязательно должны надеть платок на голову. Однако, исследуя Ветхий Завет, можно отметить, что обувь считается нечистым атрибутом одежды; поэтому в ней было запрещено входить в храм.

And he said, Draw not nigh hither: put off thy shoes from off thy feet, for the place whereon thou standest is holy ground (Exodus 3: 5).

История народа и история языка неразрывно связаны между собой. Поэтому возникновение идиом, крылатых выражений, фразеологических единиц относится к историческим событиям. Существует также великое множество поговорок и идиом, связанных с дорогостоящей одеждой, поскольку раньше одежда стоила очень дорого, среди простого люда считалось шиком

заказать модный костюм у портного. Приведем несколько примеров пословиц, содержащих различные наименования одежды.

Greet him according to the clothes, take leave according to what he knows. Cf. *first impressions are most lasting; conversation makes one what he is.* посл. “По одежке (по платью) встречают, по уму провожают”.

Cut the (your) coat according to the (your) cloth; stretch your legs according to the (your) coverlet. Cf. *Put your hand (stretch your arm) no further than your sleeve will reach.* посл. “По одежке протягивай ножки”.

В нашем материале встретились также примеры шутливых просторечных выражений: *the men in white coats* – doctors who look after people who are mentally ill («люди в белых халатах»). E.g. *The men in white coats will be coming to take me away if I stay in this job much longer.*

В качестве иллюстрации приведем ряд примеров английских лингвокультурных реалий, рассматриваемых не в лингвострановедческом (как в предыдущей главе), а в лингвосемиотическом аспекте.

Нат

Такой атрибут одежды, как шляпа, имеет отдельную историю, т.к. она несет дополнительную функцию – функцию индикатора социального статуса. Прежде всего, человечество носит головной убор для защиты от холода и механических воздействий, а также – в рамках мифологического мировоззрения – от нечистой силы.

Первоначально шапку носили воины. Позже на ней появились магические орнаменты, символы которых включали в себя вселенские знания, отличия в духовной и воинской иерархии и многое другое из области социальной информации.

В Средневековье конусообразные головные уборы считались идеальным прибором для связи с Космосом. Наверное, поэтому фей и звездочетов изображают в таких шляпах. Не остались обделенными и гномы – их прозвали *Red Caps* из-за красной конусовидной шапочки на голове.

Корона царя из золота – символ власти и ответственности. Она не только подчеркивает избранность и царственность, но и всю тяжесть, возложенную на голову избранного за судьбу народа и страны. Согласно оккультным представлениям, души людей, за которые отвечает помазанник Божий, мощным эгрегором связаны с его высшей чакрой – макушкой, соединяющей царя с Богом. Через него Бог управляет народом. Каждый камень короны несет определенную информацию, оказывает определенное воздействие и напоминает о расколоте неба.

Девушки не носили шляп. Любая же замужняя женщина обязана была носить шляпку или чепец. Простолюдинка надевала головной убор, а знатная дама маркировала свой статус не только метрами ткани своего туалета и драгоценностями, но и объемом и вычурностью своей шляпы. Их украшали перьями, цветами, кружевом, бусами. От объема прически зависел объем шляп.

Особое значение имели перья на шляпах. Количество и вид перьев говорили о социальном статусе владельца. Естественно, это отразилось в лексиконе англичан. Выражение *that's a feather in one's cap* «он может этим гордиться, он этим гордится» актуально так же, как и столетия назад. Но это выражение уходит корнями в тот период истории, когда солдаты добавляли в свою шляпу перо за каждого убитого врага (у американских индейцев был подобный обычай). В старину у европейских охотников было принято раз в год вставлять перо отстреленной птицы в свою охотничью шляпу. А в средневековой Англии представители высшего света, украшавшие свои головные уборы перьями, показывали свое происхождение, значимое место в высшем обществе.

Мода на перья в шляпах, символизировавшие смелость и высокое общественное положение, оказалась недолговечной. Но выражение *a feather in one's cap* употребляется и по сей день. Например, писатель, ранее ничем не примечательный, волею судьбы создал произведение, оказавшееся бестселлером. Таким образом, о его награде можно сказать: *It's a feather in his cap*.

Без шляпы не мог осуществляться ни почтительный поклон, ни другие этикетные трансакции, присущие обществу Средневековья. Приведем ряд идиом, которые в старину употреблялись в буквальном смысле:

1. *to take off the hat to smb /stand bareheaded in awe* – преклоняться перед к-л.

2. *to send round the hat* – пустить шапку по кругу, собирать пожертвования

3. *to keep smth. under one's hat* – держать что-либо в секрете

4. *to come <with> cap in hand* – унижаться, заискивать

Европейцы XVIII века смеялись над карикатурами художников, в рисунках которых высмеивались невероятных объемов прически и шляпы. XX век, сделав переворот в женской моде, всё же не смог избавиться от шляпок. На первый взгляд, в словосочетании *hatless woman* нет ничего примечательного, но в прошлом женщина без головного убора воспринималась как нечто необычное, из ряда вон выходящее. Однако в силу изменившихся общественных условий многие женщины ныне не носят шляп, и это словосочетание стало более привычным, не маркированным, поскольку

отсутствие шляпы не нарушает презумпции приличия. Можно также предположить, что если женщины в дальнейшем вообще не будут носить шляпы, то это словосочетание станет ненужным, ничего не выражающим, и вообще выйдет из употребления. И, вероятно, словосочетание *hatted woman* займет его место. Шляпа, как туфли и сумка, когда-то возведенные предками в ранг элементов священнодействия, ритуала, постепенно утрачивают эту функцию, но символический «дух» продолжает в них жить независимо от того, понимаем мы его или нет.

Всякий раз, встречая в каком-либо фильме или книге фразу «*Shut up!*», мы не задумываемся о том, что своим происхождением она обязана рыцарям. На голову рыцарь надевал шлем, а в минуту опасности он опускал на лицо забрало – металлическую пластину с прорезями для глаз. Первоначальная форма этого ныне устаревшего сленгизма: «*Shut up your face!*» – “Захлопни забрало!” Но, когда выражение употребляется слишком часто, оно теряет свою эмоциональную выразительность. Самый «свежий» эквивалент этого выражения – «*Zip it!*» – “Заткнись!»: «*Hey, man! What are you talking 'bout? Just zip it!*» Английский глагол *to zip* имеет значение “застегивать” по сходству функций с модной в наши дни застежкой-молнией – *zipper*.

Рыцарь, решивший бросить вызов сопернику, надменно бросал латную рукавицу к его ногам, что послужило возникновению идиомы *to throw / fling down the gauntlet*; сопернику оставалось ее поднять – *to take / pick up the gauntlet*, что означает “принять вызов”. Идиома *an iron hand in a velvet glove* – “железная рука в бархатной перчатке” – своим происхождением тоже обязана рыцарскому обычаю.

Veil

Если девушка шла на первое свидание, она надевала шляпу с маскирующей вуалью, оставаясь неузнанной. Выражение *to draw / cast / throw a / the veil over smth.* означает “опустить завесу над чем-либо, обойти что-либо молчанием”. Искажение черт лица, придание таинственности под вуалью создали фразу *to be under the veil of* – под предлогом, под видом. Фраза *to take the veil* восходит к названию религиозного одеяния. Монахини всех времен скрывали голову под покрывалом; отсюда значение этой фразы – “стать монахиней”.

В древние времена головной убор и пелена были прежде всего ритуальными, связанными с обрядом погребения, так как считалось, что они осуществляют связь с потусторонним миром. Головные уборы участников этого священно-действия – умершего и жрецов – были украшены орнаментом,

считавшимся языком духов. В настоящее время при погребении не всегда выполняют ритуал предков и лишают умершего защиты и проводника в другой мир – шляпы. Хотя неотъемлемым атрибутом все равно является пелена, покрывающая покойника. Идиома *to pass beyond the veil* означает “умереть”.

Veil yourself in a thousand veils, all shimmering and glittering with costly textures and precious jewels. (J.London. The Valley of the Moon)

Trousers (pants)

Брюки имеют гендерный признак, т.к. до начала XX в. женщины могли появиться в брюках лишь на конных скачках, т.к. считалось, что этот предмет чисто мужской. Этот отголосок сохранился до наших времен в выражении *to wear the trousers* (*AmerE pants*) – “быть главой семьи”. Во времена равноправия женщин и мужчин нередко можно услышать фразу: «*Who wears the trousers in your house – you or your wife?*» В современном английском нам встретились следующие идиоматические выражения:

1. *to have ants in one's pants* – “быть чем-то обеспокоенным”;

"I wish he'd relax. He's got ants in his pants about something today!"

2. *to be caught with your pants down* – “быть пойманным с поличным”;

"Our neighbours were caught interfering with their electricity meter – caught with their pants down!"

3. *to put your pants on one leg at a time* – “быть таким же, как все”;

"Don't be scared to speak to him. He puts his pants on one leg at a time just like the rest of us!"

4. *All mouth and no trousers* – “много говорить, но мало делать”;

"He keeps saying he's going to resign and travel around the world, but he's all mouth and no trousers!"

В.В.Виноградов [1977] писал об идиоматическом значении словосочетания как о значении, происходящем из «своеобразного химического соединения слов». Это, весьма удачное сравнение: из значений составных частей возникает новый семантический результат. Значения составных частей в идиоме соединяются, и возникает новое значение — например, *to have a bee in one's bonnet* означает “быть чудаком, иметь пунктик”. Комическое метафорическое сравнение с человеком, который неустанно наблюдал жужжание пчелки под его шляпой, практически стерлось и забылось, и всякий раз, используя это выражение, вряд ли вообще вспоминают о какой-то пчелке под шляпкой.

В трудах А.В.Яковлевской [Яковлевская 1961: 27 – 28], А.Л.Кораловой [Коралова 1975: 41], А.М.Мелерович [Мелерович 1983: 81] и ряда других

лингвистов образность определяется как выражение одного предмета через другой. Исходя из этого определения, мы считаем переносными (образно мотивированными) лишь такие лексические значения, которые основаны на метафорическом либо метонимическом переосмыслении исходного (буквального) значения: *lamb* “кроткий, невинный человек” (букв. “ягненок”); *greybeard* “старик” (букв. “седая борода”) и т.п. Метафора – это передача значения, основанная на сравнении трех основных типов: формы, состояния или местоположения, манеры поведения [Potters 1957]. Примеры метафорического и метонимического переосмысления исходного значения лексических единиц, номинирующих одежду, приводятся ниже в Таблице 3.1

Таблица 3.1

Виды образности английских наименований одежды

метонимическая образность	метафорическая образность
1. <i>silk stocking</i> – богат	1. <i>white caps</i> – «барашки» волн
2. <i>blue stocking</i> – сухая педантка	2. <i>dust jacket</i> – суперобложка книги
3. <i>red hat</i> – кардинал	3. <i>royal beret</i> – сорт груши
4. <i>red cap</i> – а) гном; б) носильщик	4. <i>orange cap</i> – подосиновик
5. <i>blue blouse/ blue collar</i> – рабочий	5. <i>ice cap</i> – снежная шапка (гор)
6. <i>white collar</i> – служащий	6. <i>knee cap</i> – наколенник
7. <i>brass hat</i> – штабной офицер	7. <i>potato jacket</i> – картофельная
8. <i>iron hat</i> – строитель	кожура
9. <i>copper hat</i> – полицейский	8. <i>shirt sleeve</i> – дипломатия
10. <i>black berets</i> – морская пехота	9. <i>fortunatus' cap</i> – удача, успех
11. <i>bobby sox</i> – девушка в белых носочках, модных в 50-х гг.	10. <i>crown cap</i> – бутылочная пробка
12. <i>red coat</i> – английский солдат	
13. <i>skirt</i> – привлекательная девушка	
14. <i>bluecoat</i> – полицейский	
15. <i>petticoat</i> – женщина	
16. <i>school tie</i> – школьный приятель	

По нашим подсчетам, метонимическая образность в этой сфере примерно в полтора раза преобладает над метафорической. На наш взгляд, это объясняется тем, что одежда служит средством распознавания рода

деятельности, статуса человека и т.д. Таким образом, возникновение в языке фразеологических единиц, идиоматических и крылатых выражений неразрывно связано с историческими и культурными событиями в жизни народа-носителя языка, а также с текущими процессами, происходящими в языке под влиянием тех или иных событий.

3.5. Символика наименований одежды в английской лингвокультуре

Знаки, составляющие семиотику одежды, относятся к разным видам: знаки-индексы (форменная одежда), иконические знаки (маскарад и т.п.), знаки-символы (знаки социального символизма).

Ч.Пирс трактовал символ как условный знак, но, по нашим наблюдениям, чистой условности (полной конвенциональности) смысла в предметной области «Одежда» немного. В нашей работе мы понимаем символ так, как его толковал А.Ф.Лосев: «внутренне-внешне-выразительная структура объекта», а также «его знак, указывающий на ... области инобытия объекта, в том числе также на безграничные области» [Лосев 1982: 433]. Символ имеет конкретно-наглядную образную основу и широкое обобщающее значение, относящееся, как правило, к социально - и культурно-значимой тематической области.

В этом разделе речь пойдет о символике наименований одежды в английской лингвокультуре.

В этой связи следует отметить, что в человеческом обществе одежда выполняет три основных функции: утилитарную, этическую и знаковую.

Во-первых, костюм должен обеспечивать человеку как телесный, так и душевный комфорт. Он должен быть таким, чтобы в нем было тепло (но не жарко) и удобно.

Во-вторых, костюм должен быть приличным, т.е. не вызывать осуждения окружающих. Последнее достигается соблюдением установленных в данной культуре правил, часто неписаных, которые выступают как категорические предписания и запреты (предписывается, в частности, какие части тела должны быть скрыты) или рекомендации / допущения.

Эти нормы условны и изменчивы – то, что допустимо и общепринято в одной культуре, запрещено в другой, но они вполне реальны и действенны, хотя в последнее время становятся все менее строгими. Подчиняясь этим нормам, костюм выступает как социокультурный знак первого (явного) уровня. Он сигнализирует, во-первых, принадлежность человека к данной культуре, во-

вторых, к определенной группе внутри данной культуры – гендерной, возрастной или социальной (последнее особенно характерно для архаических культур и сословного общества), а в нынешних культурах европейского типа для тех социальных групп, которым присвоена форменная одежда.

В-третьих, как отмечалось выше, костюм может сигнализировать о той или иной социальной ситуации. На этом уровне семиозиса костюм кодифицирован. Например, каждая (или почти каждая) женщина, живущая в такой-то стране в такое-то время, в целом подчиняется нормам, установленным для женского костюма, – так же, как каждый военнослужащий подчиняется установленным положениям, регламентирующим присвоенную данному роду войск и данному воинскому званию форменную одежду и знаки различия; разница лишь в том, что во втором случае регламентация гораздо строже.

В рамках этих норм существуют вариации – очень широкие и разнообразные в женском костюме, несколько менее разнообразные в мужском, сведенные до минимума (но всё-таки не полностью упраздненные) в форменной одежде. Так, современная женщина, занимающаяся умственным трудом, отправляясь на работу, может надеть или закрытое платье, или брючный костюм, или юбку с блузкой (не говоря обо всех других возможных и допустимых вариантах): и то, и другое, и третье в одинаковой мере соответствует современной норме, удовлетворяет основным требованиям, предъявляемым к женскому костюму в данной социальной ситуации.

Форменная одежда имеет свой стиль по сравнению, скажем, с аналогичной форменной одеждой других стран, но внутри данной форменной одежды нет выбора вариантов, а следовательно, нет и подстилей. Единообразие форменной одежды регламентируется уставом, и вариации не допускаются. В голливудском фильме “The Red Heat” главный герой – советский милиционер – носит милицескую форму, которая, по свидетельству журналистов, сшита у Кардена. Ее весьма элегантный покрой в глазах российских зрителей выглядит анекдотично. В реальной жизни это невозможно.

Иное дело – гражданская одежда. В этой сфере имеется широкая свобода выбора; делая его, человек осуждает или подтверждает свою приверженность некоторому общему, определенному стилю – официальному, молодежному, современному, старомодному и т.д. Стили складываются из нетождественных, но сходных актов выбора, за которым стоит социально-психологическая общность, определенный стиль поведения, ощущение своего места в обществе, присущее всем приверженцам данного стиля.

Одежда становится социальным знаком второго (неявного) уровня.

Одеваясь определенным образом, человек как бы заявляет во всеуслышание: «Я – представитель высшего общества (*a man of the world*)», «Я – “стиляга” (*dandy*)», «Я – деловой человек (*a man of business*)», «Я – роковая женщина (*a vamp*)», «Я – как все (*a man in the street*)», «Я – не как все (*a crank*)» и т.д. В одних стилях проявляется снобизм, а в других, напротив, – стремление откеститься от него.

Даже «бесстильная», эклектичная манера одеваться «как попало» в ряде случаев оказывается преднамеренным эпатажем, то есть знаком социального символизма. В романе А.Кристи “*Why Didn't They Ask Evans?*” героиня, юная красавица леди Дервент, имевшая возможность одеваться как угодно элегантно, тем не менее, намеренно носила синий берет, зеленую юбку и красную блузку – наряд, который, по словам писательницы, делал ее похожей «на обезьянку шарманщика».

Один из богатейших людей мира – Билл Гейтс – даже в своем офисе носит простецкую ковбойку и заурядные джинсы. «Король» может позволить себе отступление от любых правил и традиций, что как раз и подчеркивает его «королевский» статус.

Таких примеров можно привести немало. Вспомним известную сентенцию: «Отсутствие позы – тоже поза».

Как отмечалось выше, в составе культурного кода «Одежда» имеются знаки двух типов – знаки первого (явного) и второго (неявного) уровня.

Знаки первого типа, пользуясь терминологией М.Я.Полякова [1985], можно назвать *эмблемами*. К их числу относятся эмблемы как таковые (форменные значки и нашивки, погоны и др.), а также форменная расцветка, комплектность и стандартный фасон одежды. Эмблемы прямо сигнализируют: «Я – представитель такой-то профессии / сословной группы». В терминах общей теории знаковых систем эмблемы составляют так наз. «жесткую семиотику» (систему знаков со строгими, однозначно декодируемыми значениями).

Знаки второго типа можно назвать *собственно символами*. Они не обозначают непосредственно социальную принадлежность носителя одежды, а косвенным путем выполняют функцию самовыражения человеческой личности. Символы опосредованно сигнализируют: «Я – индивидуальность, личность с такими-то характерологическими и культурными чертами». Они составляют так наз. «мягкую семиотику» (систему знаков с размытыми, не вполне однозначно декодируемыми значениями).

Между этими двумя типами знаков нет четко очерченной границы.

Степень «жесткости / мягкости» их семантики варьирует. Так, темные очки (*sunglasses*), черная куртка-«косуха» (*Harley jacket*), кожаные штаны (*leather pants*), клепаная отделка (*lags*), цепочки (*metal chains*) и прочие подобные аксессуары, с одной стороны, прямо указывают на принадлежность человека к маргинальной субкультурной группировке байкеров; с другой стороны, индивидуальные вариации такого наряда (на молодежном жаргоне – «прикида», англ. *rags*) сигнализируют о личных вкусах, предпочтениях и личностных чертах его носителя. Существуют разные степени включенности в тот или иной стиль – от легкого намека на него в одежде до полного следования ему.

Информация о форменной и стилевой принадлежности одежды (а значит, и о выражаемых ею социокультурных смыслах) зафиксирована в сигнификативном компоненте семантики соответствующих языковых знаков (*officer's cap, sailor's jacket, dandy's attire, peasant-style dress, oriental-style clothes* и т.п.) или в ее коннотативном (стилистическом) компоненте (так, возвыш. *apparel* сигнализирует о парадном характере одежды, а сниж. *rags* – о ее неформальном характере, хотя в ироническом ключе иногда возможна взаимная замена таких наименований).

Следует отметить, что такая область, как человеческая внешность (одежда, прическа, макияж и т.д.), в рамках которой, по общему убеждению, личность обладает многообразными возможностями для самовыражения, не столько потворствует индивидуальной прихоти, сколько служит проводником общезначимого символизма (моды и т.д.). Те случаи личностного символизма, которые на первый взгляд, как будто не имеют прямого «социального адреса» и которые обычно расцениваются как индивидуальные чудачества, говорят лишь о «скрытых социальных мирах, формирующих и интерпретирующих эти формы символического поведения» [Долинин 1975].

Кроме сообщений, адресованных «всем, всем, всем», одежда может нести и персонально ориентированную информацию: костюм, надетый специально для кого-то, тоже значим, в особенности, если в данном конкретном случае он существенно отличается от того, который до сих пор использовался данным субъектом в аналогичных ситуациях; но здесь он несет уже не столько социальный, сколько психологический смысл, поддающийся расшифровке только в контексте межличностных отношений между партнерами.

Разумеется, та информация о человеке, которую несет его одежда, воспринимается не сама по себе, не изолированно, а в контексте общего «стиля поведения», который, помимо одежды, включает в себя и другие компоненты, другие проявления личности: чисто внешние и переменные – такие, как

прическа и косметика у женщин (или отсутствие ее), украшения и т.д. – и более постоянные: речь, походка, вообще то, что принято называть «манерами».

Кроме того, стиль одежды тоже складывается из целого ряда актов выбора: определенного фасона юбка, блузка, сумка и т.д.; все эти компоненты костюма должны «подходить» друг другу, быть определенным образом согласованы как между собой, так и с чертами поведения (не случайно празднично одетые дети ведут себя более «солидно», особенно вначале; взрослые тоже поддаются влиянию своего костюма, как бы приспособливают свое поведение к нему, точнее, к той социальной роли, которая с ним традиционно связана).

Стиль поведения – вообще всякий стиль – предполагает не просто определенный набор актов выбора, а согласованную их систему: в простейшем случае нужно, чтобы все компоненты стиля «звучали в унисон», чтобы информация о субъекте не была противоречива. Этим, по-видимому, объясняется то неприятное впечатление, которое обычно на нас производит стилистический разноречивый в одежде, манерах, поведении, а также в мебелировке, архитектуре, вообще искусстве; передавая противоречивую информацию, он дезориентирует реципиента.

Костюм, как и манера поведения, может характеризовать субъекта не только как члена некоторой более или менее очерченной социально-психологической группы, но и как личность, поскольку общепринятые реализации социально-культурные нормы, т.е. допускаемые нормой типы костюма, в свою очередь, допускают большое количество вариантов. Одежда может характеризоваться не только общим, но и сугубо индивидуальным стилем, вписывающимся в рамки этого общего. Каждая модная девушка может быть модной по-своему. Правда, индивидуальный стиль как определенная система отбора обычно выявляется и воспринимается в более широком контексте, чем однократная совокупность актов выбора. Мы можем говорить об индивидуальном стиле в одежде или – шире – в поведении, если знаем, как данный субъект одевается вообще, а не только как он был одет или вел себя в том или ином конкретном случае.

Отметим, наконец, что та информация, которую несет о субъекте стиль, с большим трудом и лишь приблизительно поддается словесной формулировке: это скорее общее впечатление, чем сознательная характеристика; поэтому, говоря о стиле в одежде, мы назвали костюм как результат индивидуального выбора социальным знаком неявного уровня. По-видимому, относительно стиля можно утверждать, что он нередко воспринимается на «неявном уровне»,

принадлежит к неявной культуре.

С точки зрения семиотики стиль, понимаемый как значимый выбор в рамках каких-то общепринятых норм, относится к коннотативному уровню семиозиса.

Не случайно в народных сказках отрицательных персонажей «одевали» как можно неряшливее и в темные тона (как известно, черный цвет действует на психику угнетающе). Костюм персонажа – это художественное средство его характеристики. По внешнему виду можно судить о некоторых чертах характера человека. Например, в знаменитой сказке Шарля Перро добрая волшебница появляется перед Золушкой в светлом сияющем наряде. На подсознательном уровне читатели сразу догадываются, что она совершит много добрых дел. Напротив, когда в сказках встречаются злые волшебники, они обычно носят черную, темно-серую, коричневую одежду.

Считается, что Холден Колфилд, главный герой повести Дж. Д. Сэлинджера “The Catcher in the Rye”, был первым, кто надел кепку задом наперед. Однако, изображая индивидуальность личности мальчика, чье неприятие к устоявшимся социокультурным нормам граничит с нетерпимостью, Сэлинджер заимствовал эту манеру у Вольтера, который первым появился в кепи задом наперед, демонстрируя этим вызов обществу.

В США демонстрировать свою индивидуальность стало модно. На одной из улиц Нью-Йорка проводился эксперимент: обратят ли американцы внимание на неординарную личность прямо на улице. Парень, одетый в кислотно-зеленый пиджак, клетчатые штаны и в болотные сапоги, часами ждал, чтобы кто-нибудь его спросил, по какому поводу он так выглядит. Лишь одна старушка подошла к нему с вопросом: «А какую передачу вы снимаете?».

Американцы любят подчеркивать свою индивидуальность. Поэтому на встрече подростков часто можно услышать следующий диалог:

“Where did you buy this knitted overtop?”

“I did it myself”.

Оборот *Do it yourself* (colloq.) означает “своими руками”, когда говорят о самостоятельно связанном топики или какой-нибудь вышивке.

В цикле романов Дж. Голсуорси “The Forsyte Saga” белый жилет – любимое одеяние буржуазии, ненавистное аристократам. Черный высокий цилиндр – атрибут высшего общества, поэтому, как упоминалось выше, Филипа Босини Форсайты презирали из-за его мягкой низкой шляпы. Известно, что сливкам общества не нравится, когда символику их одежды смешивают с плебейской. Сомс Форсайт всегда был озабочен своим галстуком. По его

мнению, галстук должен находиться строго вертикально; градус влево или вправо – признак разгильдяйства и неряшливости.

Излюбленный герой А.Кристи Эркюль Пуаро имел комплекс иностранца: родом из Бельгии, он хотел обустроить свою жизнь в Англии. Но в Англии до сих пор с пренебрежением относятся к иностранцам. С целью завоевать к себе уважение англичан он старался хоть как-то быть похожим на них: черный костюм, трость, шляпа-котелок – имидж англичанина готов. Иностранца в нем выдавали только три вещи: усы (он наотрез отказывался их побрить), акцент и слишком щепетильный уход за собой (как отмечалось выше, для англичан это «перебор»). По этому поводу высказался даже принц Чарльз: по его свидетельству, для англичан одежда «с иголки» – признак щегольства выскочек. По его мнению, лучший костюм для приема – слегка поношенный.

Культурно-историческая преемственность и структурный параллелизм предметно-практической и духовной деятельности людей привели к тому, что многие события социальной и культурной жизни, а также внутреннего мира человека обозначаются и выражаются в языке и речи через образы физических явлений и предметно-практических действий. По словам С.Лема, приведенным в его трактате «Мнимая величина», человек, в отличие от мыслящей машины, при моделировании абстрактных сущностей нуждается в чувственно-наглядной опоре в виде зрительных, слуховых и других сенсорных образов. По С.М.Шалютину, системы таких образов «становятся как бы всеобщим языком» [Шалютин 1985: 67]. Под всеобщим языком имеется в виду универсальная по охвату действительности знаковая система. Этнокультура располагает целым рядом таких знаковых систем, которые могут быть названы сенсорно-образными культурными кодами. Они носят национально-специфический характер. Проникая в этноязык, они закрепляются в семантике его знаков (метафорических и метонимических слов, а также фразеологизмов и паремий).

Правильное владение навыками речевой деятельности на иностранном языке (в том числе в плане сочетаемости слов) подразумевает знание этнокультурных кодов, служащих фоном речевого общения. С семиотической точки зрения стили и фасоны одежды представляют собой культурные коды (например, так наз. дресс-код), а их названия составляют лингвокультурные коды. Ансамбль одежды с этих позиций предстает как текст, созданный на том или ином коде. Различаются устойчивые тексты – типовые ансамбли (костюм Панча, мундир королевского гвардейца, одеяние Санта Клауса и т.п.) и тексты неустойчивые, то есть индивидуальные ансамбли (наряды Джейн Эйр, мистера Пиквика, Филипа Босини и т.п.). Окружающие «читают» костюм, как книгу, и

делают выводы о расово-национальной принадлежности человека, его социальной (классово-сословной, профессиональной) принадлежности, культурном уровне и облике, индивидуально-личностных чертах.

Эти сведения порой закрепляются в семантике наименований: *German sailor's cap, worker's blouse, shepherd's cloak, academic gown, dunce's cap* etc. Но если они не отражены в самих знаках, требуется привлечение фоновых знаний. Так, в романе Дж. Д. Сэлинджера "The Catcher in the Rye" употреблено словосочетание *one of those flitty-looking Tatersale vests*, характеризующее представителя американской молодежи того культурно-исторического периода, о котором идет речь в романе. *Tatersale* (от *tater* "хлам, рванина") – разговорное название дешевой распродажи одежды; но в данном контексте это сочетание использовано иронически, в значении "кричащий, претенциозный наряд". Американским читателям, располагающим нужными фоновыми знаниями, понятно, что *Tatersale vest* – это примета не оборванца, а «стиляги»; но русским читателям, которые знакомятся с оригиналом романа, это, скорее всего, неизвестно. Высока вероятность того, что они недостаточно полно и адекватно понимают этот отрывок. Данный пример лишний раз говорит о необходимости освоения иноязычного лексико-фразеологического поля в его тесной привязке к инокультурному окружению. (Переводчица опустила этот знак социального символизма, передав данное словосочетание просто как *расфуфыренный тип*. Таким образом, в переводе сохранено понятийное содержание отрывка, но утрачена частица его американской лингвокультурной специфики.)

Помимо прочих, код «Одежда» в ряде случаев выполняет **апеллятивную** и **регулятивную** функции. С помощью костюма человек может посылать сигналы окружающим: «**Трепещите** – я гангстер», «**Подчиняйтесь** – я представитель власти», «**Восхищайтесь** – я неотразимая красавица», «**Смейтесь** – я шут» и т.д. Воздействие костюма на окружающих иногда отражается в семантике соответствующих наименований, например: (слэнг) *looker* (привлекательное женское одеяние), *eye-catcher* (притягивающий взор наряд), (разг.) *scarecrow fashion* (пугающий своей нелепостью фасон) и т.п. Сюда же можно отнести и наименование *bikini*, если принять не традиционную метонимическую, а другую – метафорическую – версию его происхождения, согласно которой появление этого фасона вызвало сенсацию, сравнимую по силе с ядерным взрывом на атолле Бикини. Здесь тоже имеет место воздействие знака на реципиента.

Таковы, по нашим наблюдениям, лингвосемиотические и лингвокультурные характеристики английского лексико-фразеологического поля «Одежда».

Выводы по главе 3

В главе 3 настоящей работы, в продолжение предыдущей главы, проанализированы культурные аспекты англоязычных наименований одежды, но не в плане их предметной специфики, а в плане их социального символизма – по А.Ф.Лосеву, их «инобытия» в пространстве культуры или, по К.Марксу, социальной формы их существования, которая, срастаясь с натуральной, символически опосредует отношение человека к миру и к другому человеку.

В данной главе рассмотрены категории лингвосемиотики и лингвокультурологии, которые имеют отношение к теме нашего исследования. Выявлено соотношение семиотического понятия “культурный код” и культурологического понятия “культурный концепт”, которые могут объединяться синтетическим понятием “лингвокультурный концепт”.

Показана возможность и необходимость частичного объединения аппаратов этих дисциплин в целях объемного описания объекта под семиокультурным углом зрения.

Описан ряд знаков социального символизма в рассматриваемой области – как невербальных (предметов одежды, выступающих в знаковой функции), так и вербальных (англоязычных наименований одежды). Показано, какими способами невербальная семиотика осуществляет экспансию в словесный язык, закрепляясь в семантике его единиц.

Использованный в этой главе эмпирический материал позволяет сделать следующие выводы.

- Система тематически однородных культурных концептов образует концептуальное поле, а система их языковых десигнаторов – лексико-фразеологическое поле. Эти поля соотносятся друг с другом как «план содержания – план выражения» единого лингвокультурного поля.

- Предметы одежды, выполняя не только утилитарную, но и знаковую функцию, предстают с семиотических позиций как знаки социального символизма, которые подразделяются на эмблематические (единицы «жесткой семиотики») и собственно символические (единицы «мягкой семиотики»).

- Знаки первого типа отражают главным образом принадлежность носителей одежды к тем или иным формальным социальным объединениям, а знаки второго типа – преимущественно их принадлежность к неформальным объединениям, а также индивидуальные свойства. Первые выполняют свою функцию непосредственно, а вторые – опосредованно. Граница между этими разрядами размыта; существуют знаки промежуточного типа.

- Семантика невербальных знаков социального символизма в сфере одежды закрепляется в семантике их вербальных наименований (в сигнификативном и коннотативном компонентах их значений), а также в культурных знаниях, составляющих когнитивный фон языкового общения.

- Символика предметов одежды и их наименований может носить не только социальный, но и культурный характер (мифологическая, религиозная, художественная и т.п. символика), а также психологический характер (отражение личностных черт носителей одежды).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Познавая мир в ходе культурно-исторического развития, люди постепенно вырабатывают свое (коллективное и индивидуально-личностное) отношение к миру и его отдельным фрагментам. Человек так или иначе относится к явлениям бытия – как к полезным или вредным, приятным или неприятным, опасным или безопасным, красивым или уродливым и т.д. и т.п., оценивая их в рамках широкой градации по множеству шкал. Иными словами, человек *осмысливает* мир, то есть придает ему и его частям человеческий смысл. Критикуя вульгарных материалистов за их «объективное», а на самом деле холодно-бездушное, мертвенное отношение к миру, А.Ф.Лосев писал: «Вы влюблены в пустую и черную дыру, называете ее “мирозданием” и ... идолопоклонствуете перед нею ... Вы ... изувечиваете себя в построенной вами ... тюрьме нигилистического естествознания. А я люблю небушко, голубое-голубое, глубокое-глубокое, родное-родное» [Лосев 1994: 146]. Выдающийся русский философ выступал за очеловеченное, осмысленное отношение к миру.

Но предмет, имеющий смысл, есть знак. С этих широких семиотических позиций мир семиотичен насквозь. «*Все* явления – знаки», – писал М.А. Волошин. По Х.Л.Борхесу, «мир есть книга; Вселенная есть библиотека». В семиотическом инобытии одни явления суть знаки самих себя (их называют изобразительными), а другие – знаки чего-то иного, нежели они сами (их называют выразительными). Это обстоятельство приводит к тому, что любая чувственно воспринимаемая область действительности может стать и зачастую становится культурным кодом, то есть, наряду с натуральной, обретает социокультурную форму существования, символически опосредуя отношение человека к миру и к другому человеку (К.Маркс). Воплощаясь в словесном языке (в его лексико-фразеологических полях), культурные коды становятся лингвокультурными кодами. Один из таких кодов рассмотрен в нашей работе в лингвистической, лингвострановедческой и лингвосемиотической ипостасях.

С лингвистической точки зрения номенклатура одежды представляет собой сравнительно мало изученный и достойный углубленного изучения сектор лексико-фразеологического фонда английского языка. Входящие в него единицы номинативны по преимуществу; они отражают многочисленные и разнообразные свойства и особенности соответствующих культурных реалий.

Познание предметов и явлений окружающей действительности ведет к образованию в сознании человека обобщенных образов этих предметов и явлений. Создание обобщенного образа предшествует именованию предмета;

этот образ существует в сознании в виде культурного концепта, который закрепляется за языковой единицей или рядом языковых единиц.

Номенклатура одежды в английском языке свидетельствует об относительном единстве релевантных признаков и системности семантической мотивации. Метафорические и метонимические значения наименований одежды расширяют семантическую структуру слова, которая основана на определенных представлениях и смысловых ассоциациях.

Нами установлено, что значительная часть переносных значений названий одежды в разных языках совпадает. Немалая часть таких значений пересекается, то есть совпадает частично. Однако существуют и зоны расхождения, составляющие национальную специфику таких наименований.

В ходе исследования нами был проведен анализ истоков образной номинации одежды. Разносторонний анализ наименований одежды, изучение особенностей их переносных значений могут многое объяснить в изучении материальной и духовной культуры английского народа.

Таким образом, нами проведено комплексное описание структурно-семантических и функциональных характеристик английского лексико-фразеологического поля «Одежда», который в одном из аспектов может рассматриваться как лингвокультурный код. Код «Одежда» является лингвокультурной универсалией, то есть имеется в любой лингвокультуре, но в каждой из них обладает семантическим, структурным и функциональным своеобразием; в нем отражаются национальный менталитет, религиозная и идеологическая стороны культуры, а также ценностные приоритеты культурно-языкового коллектива и т.д.

Полиаспектное (лингвистическое, лингвострановедческое, семиокультурное, концептологическое) исследование лексико-фразеологических полей позволяет приподнять завесу над глубинным феноменом, который В. фон Гумбольдт назвал заключенным в языке «духом народа».

Дальнейшие перспективы исследования в избранном направлении видятся нам в следующем:

- полная номенклатуризация и систематизация англоязычных названий одежды;
- сопоставительный анализ корпусов британских и американских названий одежды;
- компаративное исследование символики английских и русских названий одежды с целью установления их сходства и различий;

- разработка лексикографического аспекта проблемы, создание справочного пособия идеографического типа в пределах соответствующей тематики;
- аналогичное исследование других английских лексико-фразеологических полей.

Столь масштабные задачи могут быть решены лишь коллективными усилиями, в которые мы в дальнейшем надеемся внести свой посильный вклад.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Теоретическая литература

1. Абрамов, В.Е. Language and Cultural Heritage of Modern American History [Текст] / В.Е.Абрамов. – Самара: изд-во Самарского научного центра АН РФ, 2002. – 121 с.
2. Абрамов, В.Е. Modern US Story and Language Development [Текст] / В.Е. Абрамов. – Самара: изд-во Самарского научного центра АН РФ, 2003. – 201с.
3. Абрамов, В.Е. Вариативность звучащей речи: проблемы восприятия [Текст] / В.Е.Абрамов. – Самара: изд-во Самар. научного центра АН РФ, 2004. – 123с.
4. Абрамов, В.Е., Савицкий, В.М. Глаголы действия и их дериваты: лингвокогнитивный подход [Текст] / В.Е.Абрамов, В.М.Савицкий. – Самара: изд-во Самарского научного центра АН РФ, 2005.
5. Абрамов, В.Е., Савицкий, В.М. Фразеология в свете когнитивной семантики [Текст] / В.Е.Абрамов, В.М.Савицкий. – Самара: изд-во ПГАТИ, 2007. – 123с.
6. Антрушина, Г.Б, Афанасьева, О.В., Морозова, Н.Н. Лексикология английского языка. English Lexicology [Текст] / Г.Б.Антрушина, О.В.Афанасьева, Н.Н. Морозова. – М.: Дрофа, 2000. – 230 с.
7. Арнольд, И.В. Лексикология современного английского языка [Текст] / И.В.Арнольд. – Л.: Просвещение, 1983. – 324 с.
8. Абельс, Х. Интеракция, идентичность, презентация [Текст] / Х.Абельс. – Спб.: Алетейя, 1999. – 256 с.
9. Абельсон, Р. Структуры убеждений // Язык и моделирование социального взаимодействия: Сб. науч. тр. [Текст] / пер. с англ. / Р.Абельсон. – М.: Наука, 1987. – С. 318 – 380.
10. Агудова, В.В. Соотношение категорий “структура” и “форма” [Текст] / В.В.Агудова // Вопросы философии. – 1977. – № 6. – С. 62 – 70.
11. Аксиологическая лингвистика: проблемы коммуникативного поведения: Сб. науч. тр. – Волгоград: Перемена, 2003. – 182 с.
12. Алексеев, И.С. Об универсальном характере понимания [Текст] / И.С. Алексеев // Вопросы философии. – 1986. – № 7. – С. 73 – 74.
13. Алефиренко, Н.Ф. Спорные проблемы семантики [Текст] / Н.Ф.Алефиренко. – Волгоград: Перемена, 1999. – 274 с.
14. Альтшуллер, Г.С. Алгоритм изобретения [Текст] / Г.С.Альтшуллер.

– М.: Знание, 1973. – 253 с.

15. Ананьев, Б.Г. Человек как предмет познания [Текст] / Б.Г.Ананьев // Л.: Наука (ЛЮ), 1968. – 315 с.

16. Апресян, В.Ю., Апресян, Ю.Д. Метафора в семантическом представлении эмоций [Текст] / В.Ю.Апресян, Ю.Д.Апресян // Вопросы языкознания. – 1993. – № 3. – С. 27 – 35.

17. Апресян, Ю.Д. (1980а): К формальной модели семантики: правила взаимодействия значений [Текст] / Ю.Д.Апресян // Представление знаний и моделирование процесса понимания: Сб. науч. тр. Новосибирск: ВЦ СО АН СССР, 1980. С. 16 –24.

18. Апресян, Ю.Д. (1980б): Принципы семантического описания единиц текста [Текст] / Ю.Д.Апресян // Семантическое представление знаний. – Вып. 519. – М.: Наука, 1980. – С. 48 – 62.

19. Апресян, Ю.Д. Лингвистические проблемы формального семантического анализа предложения // Структура текста: Сб. науч. тр. [Текст] / Ю.Д. Апресян. – М.: АН СССР, 1981.

20. Апресян, Ю.Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания [Текст] / Ю.Д.Апресян // Вопр. языкознания. – 1995. – № 1. С. 37 – 66.

21. Арнольд, И.В. Стилистика современ. английского языка (стилистика декодирования) [Текст] / И.В.Арнольд. – Л.: Просвещение (ЛЮ), 1983. – 175 с.

22. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений. Оценка, событие, факт. [Текст] / Н.Д.Арутюнова. – М.: Наука, 1988. – 256 с.

23. Арутюнова, Н.Д. Дискурс [Текст] / И.В.Арнольд // Лингв. Энциклопедич. Словарь. М.: Сов. Энциклопедия, 1990. – С. 136 – 137.

24. Арутюнова, Н.Д. Язык и мир человека [Текст] / Н.Д.Арутюнова. – М.: Наука, 1998. – 896 с.

25. Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов // О.С.Ахманова. – М.: Наука, 1969. – 608 с.

26. Бабаева, Е.В. Понятие нормы в системе культурно-языковых концептов // Основное высшее и дополнительное образование: проблемы дидактики и лингвистики: Сб. науч. тр. Вып. 2 [Текст] / Е.В.Бабаева. Волгоград: Политехник, 2001. – С. 36 – 44.

27. Бабихин, В.В. Семантические потенции языкового знака [Текст] / В.В.Ба-бихин. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 1977. – 20 с.

28. Байбурин, А.К. Некоторые вопросы этнографического изучения

поведения // Национальные стереотипы поведения: Сб. науч. тр. [Текст] / А.К. Байбурин. – М.: Наука, 1988. – С. 7 – 21.

29. Баранов А.Н., Караулов Ю.Н. Метафоры общественного диалога: война или согласие? [Текст] / А.Н.Баранов, Ю.Н.Караулов // Знание – сила, 1991, № 10.

30. Барт, Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика [Текст] / пер. с франц. / Р.Барт. – М.: Прогресс, 1994. – 616 с.

31. Бергельсон, М.Б. и др. Моделирование языковой деятельности в интеллект-туальных системах [Текст] / М.Б.Бергельсон. – М.: Наука, 1987. – 279 с.

32. Бич, М.Л. Метонимическое использование имен собственных (на материале газетных текстов) [Текст] / М.Л.Бич. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Спб., 1995. – 18 с.

33. Бондалетов, В.Д. Ономастика и социолингвистика // Антропонимика: Сб. науч. тр. [Текст] / В.Д.Бондалетов. – М.: Наука, 1970. – С. 17 – 23.

34. Борботько, В.Г. Игровое начало в деятельности языкового сознания // Этнокультурная специфика языкового сознания: Сб. статей [Текст] / В.Г. Борботько // М.: Ин-т языкознания РАН, 1996. – С. 40 – 54.

35. Ван Дейк, Т.А. Язык. Сознание. Коммуникация [Текст] / пер. с англ. / Т.А. ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.

36. Варшавская, А.И. Смысловые отношения в структуре современного английского языка [Текст] / А.И.Варшавская. Автореф. дис. ... докт. филол. наук. Л., 1985. 36 с.

37. Верещагин, Е.М., Костомаров, В.Г. Лингвострановедческая теория слова [Текст] / Е.М.Верещагин, В.Г.Костомаров. – М.: Русский язык, 1980.

38. Верещагин, Е.М., Костомаров, В.Г. Язык и культура [Текст] / Е.М. Верещагин, В.Г. Костомаров. – М.: Русский язык, 1983. – 269 с.

39. Величковский, Б.М. Современная когнитивная психология [Текст] / Б.М. Величковский. – М.: изд-во МГУ, 1982. – 336 с.

40. Вендлер, З. Факты в языке// Философия. Логика. Язык [Текст] / пер. с англ. / З.Вендлер. – М.: Прогресс, 1987. – С. 293 – 317.

41. Виноград, Т. К процессуальному пониманию семантики [Текст] / пер. с англ. / Т.Виноград // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. XII. – М.: Прогресс, 1983. – С. 123 – 170.

42. Виноградов, В.А. Дейксис [Текст] // Лингв. Энциклопедич. Словарь. – М.: Сов. Энциклопедия, 1990. – 685с.

43. Виноградов, В.В. Русский язык. Грамматическое учение о слове [Текст] / В.В.Виноградов. – М.: Наука, 1972.
44. Виноградов В.В. Основные понятия русской фразеологии как лингвистической дисциплины [Текст] / В.В.Виноградов // Избранные труды. Лексикология и лексикография. – М.: Наука, 1977. – С. 118 – 139.
45. Влахов, С., Флорин, А. Непереводимое в переводе [Текст] / С.Влахов, А. Флорин. – М.: Прогресс, 1985.
46. Внутренняя форма слова // Лингв. Энциклопедич. Словарь. М.: Сов. Энциклопедия, 1990. – С. 85 – 86.
47. Волошин, М.А. Избранное [Текст] / М.А.Волошин. – Минск: Мастацкая літаратура, 1993. – 479 с.
48. Вольф, Е.М. Метафора и оценка // Метафора в языке и тексте [Текст] / Е.М.Вольф. – М.: Наука, 1988. – С. 52 – 65.
49. Вострякова, Н.А. Коннотативная семантика и прагматика номинативных единиц [Текст] / Н.А.Вострякова. Дис. ... канд. филол. наук. – Волгоград, 1998. – 271 с.
50. Гак, В.Г. Прагматика, узус и грамматика речи [Текст] / В.Г. Гак // Иностр. языки в школе. – 1982. – № 5.
51. Гак, В.Г. Человек в языке // Логический анализ языка: Сб. науч. тр. [Текст] / В.Г.Гак. – М.: Наука, 1999.
52. Галь, Н.Я. Слово живое и мертвое [Текст] / Н.Я.Галь. – М.: Акме, 2002.
53. Горелов, И.Н. Язык и компьютер: Психолингвистический аспект проблемы [Текст] / И.Н.Горелов. – М.: Наука, 1987.
54. Горбаневский, М.В. В мире имен и названий [Текст] / М.В.Горбаневский. – М.: Знание, 1987. – 208 с.
55. Горбаневский, М.В. Ономастика в худож. литературе: филологические этюды [Текст] / М.В.Горбаневский. – М.: Ун-т Дружбы народов, 1988. – 87 с.
56. Горелов, И.Н. Избранные труды [Текст] / И.Н.Горелов. – М.: Наука, 1990.
57. Горский, Д.П. Обобщение и познание [Текст]/ Д.П.Горский. М.: Мысль, 1985. 198 с.
58. Грайс, Г.П. Логика и речевое общение [Текст] / пер. с англ. / Г.П.Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. XVI. Лингвистическая прагматика. – М.: Прогресс, 1988. – С. 245 – 279.
59. Гулямова, Д.Х. Лингвопрагматический аспект ролевых отношений

коммуникантов-персонажей [Текст] / Д.Х.Гулямова. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ташкент, 1990. – 22 с.

60. Гумбольдт В. фон. Труды по языкознанию [Текст] / пер. с нем. / В. фон Гумбольдт. – М.: Прогресс, 1985.

61. Джонсон-Лэрд, Ф. Процедурная семантика и психология значения [Текст] / пер. с англ. / Ф. Джонсон-Лэрд // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. XXIII. Компьютерная лингвистика. – М.: Прогресс, 1988. – С. 234 – 257.

62. Долинин К.А. Стилистика французского языка [Текст] / К.А.Долинин. – Л.: Просвещение (ЛО), 1975.

63. Ельмслев, Л. Прологомены к теории языка [Текст] / пер. с англ. / Л. Ельм-слев // Новое в лингвистике. – Вып. I. – М.: Иностран. л-ра, 1960. – С. 264 – 389.

64. Живоглядов, А.А. Семантико-стилистич. потенциал английской ономастике [Текст] / А.А.Живоглядов. Дис. ... канд. филол. наук. М., 1986. – 197 с.

65. Залевская, А.А. Отнесение к категории как способ идентификации значения слова [Текст] / А.А.Залевская // Психологические и лингвистические основы проблемы языковых контактов. – Калинин: изд-во КГУ, 1984 .

66. Карасик, В.И. Язык социального статуса [Текст] / В.И.Карасик. – М. – Волгоград: ИЯ АН СССР, ВГПИ, 1992. – 330 с.

67. Карасик, В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 476 с.

68. Карасик, В.И. Языковые ключи. Волгоград: Парадигма, 2007.

69. Карцевский, С.О. Об асимметричном дуализме лингвистического знака [Текст] / С.О.Карцевский // История языкознания XIX – XX веков в выдержках и извлечениях. Часть 2. М.: Просвещение, 1965. – С. 85 – 90.

70. Кобозева, И.М. Лингвистическая семантика [Текст] / И.М.Кобозева. – М.: Эдиториал УРСС, 2004. – 352 с.

71. Комлев, Н.Г. Слово в речи: денотативные аспекты [Текст] / Н.Г.Комлев. – М.: изд-во МГУ, 1992. – 216 с.

72. Кон, И.С. Социологическая психология [Текст] / И.С.Кон. – М.: Моск. психолого-социальный институт. – Воронеж: изд-во НПО «МОДЭК», 1999.

73. Копалов В.И. Символика и ее социальная сущность [Текст] // Вопросы философии. – 1976. – № 1.

74. Коралова А.Л. Семантическая природа образных средств в современном англ. языке [Текст] / А.Л.Коралова. Дис. ... канд. филол. наук. –

М., 1975. – 185 с.

75. Кравченко, А.В. Язык и восприятие. Когнитивные аспекты языковой категоризации [Текст] / А.В.Кравченко. – Иркутск: изд-во ИГУ, 1996.

76. Кронгауз, М.А. Семантика [Текст] / М.А.Кронгауз. – М.: Рос. гос. гуманитарный ун-т, 2001.

77. Крысин, Л.П. Речевое общение и социальные роли говорящих [Текст] / Л.П.Крысин // Социоллингвистич. исследования. М.: Наука, 1976. – С. 42 – 52.

78. Кубрякова, Е.С. Номинативный аспект речевой деятельности [Текст] / Е.С.Кубрякова. – М.: Наука, 1986. – 158 с.

79. Кубрякова, Е.С. Словообразование [Текст] // Лингв. Энциклопедич. Словарь. – М.: Сов. Энциклопедия, 1990. – С. 467 – 469.

80. Кубрякова, Е.С. (1991а): Введение // Человеческий фактор в языке: язык и порождение речи [Текст] / Е.С.Кубрякова. – М: Наука, 1989. – С. 4 – 20.

81. Кунин, А.В. Введение // Англо-русский фразеологический словарь [Текст] / А.В. Кунин. – М.: Русский язык, 1994. – С. 7 –14.

82. Ладенко, И.С. Методология семиотического моделирования [Текст] / И.С. Ладенко. – Новосибирск: изд-во СО АН СССР, 1987. – 64 с.

83. Лангакер, Р.В. Модель, основанная на языковом употреблении [Текст] / пер. с англ. / Р.В.Лангакер // Вестник МГУ. Филология. 1997. – № 4. – С. 159 – 174.

84. Левицкий, Ю.А. Язык, речь, текст [Текст] / Ю.А.Левицкий. – Пермь: изд-во ПГУ, 1999. – 124 с.

85. Лосев, А.Ф. Знак. Символ. Миф. Труды по языкознанию [Текст] / А.Ф. Лосев. – М.: изд-во МГУ, 1982.

86. Лотман, Ю.М. Структура художественного текста [Текст] / Ю.М.Лотман. – М.: Искусство, 1970. – 384 с.

87. Лотман, Ю.М. Анализ поэтического текста. Структура стиха [Текст] / Ю.М.Лотман. – Л.: Просвещение (ЛО), 1972. – С. 8 – 9.

88. Лотман, Ю.М. Культура как коллективный интеллект и проблемы искусственного разума [Текст] / Ю.М.Лотман. – М: ИНИОН, 1977. – 24 с.

89. Лотман, Ю.М. (1994а): Лекции по структуральной поэтике // Лотман и тартуско-моск. семиотич. школа [Текст] / Ю.М.Лотман. – М.: Гнозис, 1994. – С. 11 – 263.

90. Лотман, Ю.М. (1994б): Две осени // Лотман и тартуско-московская семиотическая школа [Текст] / Ю.М.Лотман. – М.: Гнозис, 1994. – С. 394 – 406.

91. Лич, Дж. К теории и практике семантич. эксперимента [Текст] / Дж.

Лич // Новое в зарубеж. лингв-ке. – Вып. XIV. – М.: Прогресс, 1983. – С. 108 – 132.

92. Макаров, М.Л. Основы теории дискурса [Текст] / М.Л.Макаров. – М.: Гнозис, 2003.

93. Маркс, К., Энгельс, Ф. К критике политической экономии [Текст] / пер. с нем. // К.Маркс, Ф.Энгельс. – Соч., 2-е изд. Т. 13. – М.: Госполитиздат, 1959. – С. 1 – 167.

94. Мелерович, А.М. Образная основа и внутренняя форма фразеологических единиц // Лексические и грамматические компоненты в семантике языкового знака: Сб. науч. тр. – Воронеж: изд-во ВГУ, 1983. – С. 80 – 86.

95. Мельчук, И.А. Опыт теории лингвистических моделей “Смысл ↔ текст” [Текст] / И.А.Мельчук. – М.: Наука, 1974. – 314 с.

96. Мечковская, Н.Б. Социальная лингвистика [Текст] / Н.Б.Мечковская. – М.: Аспект Пресс, 2000.

97. Мечковская, Н.Б. Семиотика: Язык. Природа. Культура: Курс лекций [Текст] / Н.Б.Мечковская. – М.: Изд. центр «Академия», 2004.

98. Михневич, А.Е. О взаимоотношении семантики и синтаксиса [Текст] / А.Е.Михневич // Филол. науки. 1969. – № 6. – С. 12 – 23.

99. Моррис, Ч. Основания теории знаков / пер. с англ. // Семиотика: Сб. науч. тр. [Текст] / Ч.Моррис. – М.: Радуга, 1983. – С. 37 – 89.

100. Найда, Ю.А. Процедуры анализа компонентной структуры референциального значения / пер. с англ. [Текст] / Ю.А.Найда // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. XIV. – М.: Прогресс, 1983. – С. 61 – 74.

101. Налимов, В.В. Вероятностная модель языка [Текст] / В.В.Налимов. – М.: Наука, 1974. – 272 с.

102. Никитин, М.В. Лексическое значение слова (структура и комбинаторика) [Текст] / М.В.Никитин. – М.: Высшая школа, 1983.

103. Николаева, Т.М. Текст // Лингвистический энциклопедический словарь [Текст]. – М.: Сов. Энциклопедия, 1990. – С. 507.

104. Никонов, В.А. Имя и общество [Текст] / В.А.Никонов. – М.: Наука, 1974. –

105. 278 с.

106. Никулина, З.П. Из наблюдений над группой прозвищ по внешнему признаку // Имя нарицательное и собственное: Сб. науч. тр. [Текст] / З.П. Никулина – М.: Наука, 1978. – С. 173 – 179.

107. Никулина, З.П. О некоторых факторах, влияющих на выбор

прозвища // Собственные имена в системе языка: Сб. науч. тр. [Текст] / З.П.Никулина // Вопросы ономастики: Сб. науч. тр. – Вып. 14. – Свердловск: изд-во Уральского ГПИ, 1980. – С. 116 – 121.

108. Ощепкова, В.В. Культурологические, этнографические и типологические аспекты лингвострановедения [Текст] / В.В.Ощепкова. Автореф. дис. ... докт. филол. наук. М., 1996. – 35 с.

109. Падучева, Е.В. Высказывание и его соотнесенность с действительностью [Текст] / Е.В.Падучева. – М.: УРСС, 2004. – 272с.

110. Петров, В.В. и др. Категории искусственного интеллекта в лингвистической семантике [Текст] / В.В.Петров. – М.: ИНИОН АН СССР, 1987. – 54 с.

111. Петрова, И.С. Структурно-семантическая модификация антропонимов при переносном употреблении (на материале соврем. английского языка) [Текст] / И.С.Петрова // Вестник ЛГУ. Серия истории, языка, литературы. – Л.: изд-во ЛГУ, 1985. – Том 16. – Вып. 3. – С. 72 – 77.

112. Пирс, Ч.С. Логические основания теории знаков [Текст] / пер. с англ. / Ч.С.Пирс. – СПб.: Лаборатория Метафизических Исследований философского факультета СПбГУ; Алетейя, 2000. – 352 с.

113. Поливанов, Е.Д. По поводу “звуковых жестов” японского языка // Поливанов Е.Д. Статьи по общему языкознанию [Текст] / Е.Д.Поливанов – М.: Наука, 1968. – С. 81 – 94.

114. Поляков, М.Я. Вопросы поэтики и художественной семантики [Текст] / М.Я. Поляков – М.: Советский писатель, 1986.

115. Почепцов, Г.Г. Типы ограничений сочетаемости слов [Текст] / Г.Г.Почепцов // Значение и смысл речевых образований. – Калинин: изд-во КГУ, 1979.

116. Пушкин, В.Н. Эвристика – наука о творческом мышлении [Текст] / В.Н. Пушкин. – М.: изд-во полит. л-ры, 1967. – 272 с.

117. Рассел, Б. Практика и теория большевизма [Текст] / Б.Рассел. – М.:

118. Савицкий, В.М. Английская фразеология: проблемы моделирования [Текст] / В.М.Савицкий. – Самара: изд-во «Самарский ун-т», 1993. – 172 с.

119. Савицкий, В.М. Проблема моделирования в английской фразеологии [Текст] / В.М.Савицкий. Автореф. дис.... докт. филол. наук. – М., 1996. – 46 с.

120. Савицкий, В.М. Основы общей теории идиоматики [Текст] / В.М.Савицкий – М.: Гнозис, 2007. – 210 с.

121. Савицкий В.М., Гашимов Э.А. Лингвокультурный код (состав и

функционирование) [Текст] / В.М.Савицкий, Э.А.Гашимов. – М. – Самара: изд-во МГПУ, 2005. – 173 с.

122. Савицкий, В.М., Плеханов, А.Е. Идиоэтизм речи (проблемы лексической сочетаемости) [Текст] / В.М.Савицкий, А.Е.Плеханов. – М. – Самара: изд-во МГПУ, 2001. – 188 с.

123. Савицкий, В.М., Кулаева, О.А. Концепция лингвистического континуума [Текст] / В.М.Савицкий, О.А.Кулаева. – Самара: изд-во “НТЦ”, 2004.

124. Савицкий, В.М., Абрамов, В.Е. Глаголы действия и их дериваты: лингво-когнитивный подход [Текст] / В.М.Савицкий. – Самара: ПГАТИ, 2005. 134 с.

125. Сахно, С.Л. Приблизительное именование в естественном языке [Текст] / С.Л.Сахно // Вопросы языкознания. 1983. – № 6. – С. 29 – 36.

126. Селезнева, С.Ю. Языковые средства и когнитивные модели описания внешности персонажей в англоязычной художественной прозе [Текст] / С.Ю. Селезнева. Дис. ... канд. филол. наук. М., 2001. – 188 с.

127. Селиверстова, О.Н. (ред.). Семантические типы предикатов [Текст] / О.Н. Селиверстова. – М.: Наука, 1982. – 365 с.

128. Сепир, Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии [Текст] / пер. с англ. / Э.Сепир. – М.: Прогресс, 1993. – 656 с.

129. Синцов, В.Ю. Образные характеристики человека через неживые объекты в английском языке [Текст] / В.Ю.Синцов. Дис. ... канд. филол. наук. – Н.Новгород, 2000.

130. Снитко, Е.С. Внутренняя форма в процессах номинации [Текст] / Е.С. Снитко. Автореф. дис. ... докт. филол. наук. Киев, 1990. – 34 с.

131. Солнцев, В.М. Язык как системно-структурное образование [Текст] / В.М. Солнцев. – М.: Наука, 1971. – 341 с.

132. Соловьев, Э.Я. Современный этикет: деловой и международный протокол [Текст] / Э.Я.Соловьев. – М.: Ось-89, 2003.

133. Соссюр Ф. де. Курс общей лингвистики // Труды по языкознанию [Текст] / пер. с франц. / Ф. де Соссюр. – М.: Прогресс, 1977. – 696 с.

134. Степанов, Ю.С. Иерархия имен и ранги субъектов [Текст] / Ю.С. Степа-нов // Известия АН СССР. Серия л-ры и языка. Т. 38. 1979. № 4. – С. 36 – 48.

135. Степанов, Ю.С. Имена. Предикаты. Предложения [Текст] / Ю.С. Степанов – М.: Наука, 1981. – 360 с.

136. Стернин, И.А. Речевое воздействие как интегральная наука.

Избранные статьи [Текст] / И.А.Стернин. – Воронеж: изд-во ВГУ, 2002.

137. Столнейкер, Р.С. Прагматика [Текст] / пер. с англ. / Р.С. Столнейкер // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. XVI. Лингвистическая прагматика. – М.: Прогресс, 1985. – С. 419 – 438.

138. Суперанская, А.В. Языковые и внеязыковые ассоциации собственных имен // Антропонимика [Текст] / А.В.Суперанская. М.: Наука, 1970. С. 7 – 17.

139. Тарасов, Е.Ф. Философские проблемы психолингвистической семантики // Психолингвистические проблемы семантики: Сб. науч. тр. М.: Наука, 1983.

140. Телия, В.Н. Коннотативный аспект семантики языковых единиц [Текст] / В.Н.Телия. – М.: Наука, 1986. – 264 с.

141. Томахин, Г.Д. Реалии в культуре и языке [Текст] / Г.Д.Томахин // Ино-странные языки в школе. 1981. – № 1. – С. 64 – 69.

142. Томахин Г.Д. Фоновые знания как основной предмет лингвострановедения [Текст] / Г.Д.Томахин // Иностранные языки в школе. – 1980. – № 4.

143. Уваров, Л.В. Символизация как гносеологическая проблема / Л.В. Уваров. Автореф. дис. ... докт. филос. наук. – Минск, 1978.

144. Уорф, Б.Л. Отношение норм поведения и мышления к языку. Наука и языкознание. Лингвистика и логика [Текст] / пер. с англ. // Новое в лингвистике / Б.Л.Уорф. – М.: Иностр. лит., 1960. – С. 135– 198.

145. Уфимцева, А.А. Лексическое значение (принцип семиологического описания лексики) [Текст] / А.А.Уфимцева. – М.: Наука, 1986. – 188 с.

146. Ухина, Т.Ф. Национальная специфика наименований лиц (на материале английского и русского языков) [Текст] / Т.Ф.Ухина. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 1991. – 17 с.

147. Филлмор, Ч. Фреймы и семантика понимания [Текст] / пер. с англ. / Ч. Филлмор // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. XXIII. М.: Прогресс, 1988. – С. 52 – 92.

148. Федосеева, Н.Д. Развитие формул именования людей в Шотландии // Ономастика. Типология. Стратиграфия [Текст] / Н.Д.Федосеева – М.: Наука, 1988. –С. 191 – 199.

149. Фреге, Г. Смысл и денотат [Текст] / пер. с нем. / Г.Фреге // Семиотика и информатика. – Вып. 35. Opera selecta. 1997. – С. 351 – 380.

150. Фреге, Г. Понятие и вещь [Текст] / пер. с нем. / Г.Фреге // Семиотика и информатика. – Вып. 35. Opera selecta. 1997. – С. 380 – 396.

151. Хомский, Н. Аспекты теории синтаксиса [Текст] / пер. с англ. / Н.

Хомский. – М.: изд-во МГУ, 1972. – 260 с.

152. Хриненко, Ю.Н. Английские неофициальные личные имена [Текст] / Ю.Н. Хриненко. Дис. ... канд. филол. наук. – Л., 1981. – 153 с.

153. Хомяков, В.А. Введение в изучение слэнга – основного компонента английского просторечия [Текст] / В.А.Хомяков. – Вологда: ВГУ, 1971.

154. Чейф, У.Л. Значение и структура языка [Текст] / пер. с англ. / У.Л.Чейф. – М.: Прогресс, 1975. – 432 с.

155. Чернобров, А.А. Лексико-семантический анализ английских личных имен [Текст] / А.А.Чернобров. Дис. ... канд. филол. наук. М., 1995. – 184 с.

156. Шалютин, С.М. Искусственный интеллект: Гносеологический аспект [Текст] / С.М.Шалютин. – М.: Мысль, 1985. – 199 с.

157. Шахнарович, А.М. Семантический компонент языковой способности // Психолингвистические проблемы семантики: Сб. науч. тр. М.: Наука, 1983.

158. Шварцкопф, Б.С. О социальных и эстетических оценках личных имен // Ономастика и норма: Сб. науч. тр. [Текст] / Б.С.Шварцкопф. – М.: Наука, 1976. – С. 47 – 59.

159. Шведова, Н.Ю. Об активных потенциях, заключенных в слове // Слово в грамматике и словаре: Сб. науч. тр. [Текст] / Н.Ю.Шведова. – М.: Наука, 1984.

160. Шейгал, Е.И. Антропонимы-сленгизмы в языковой картине мира // Языковая личность: проблемы значения и смысла: Сб. науч. тр. [Текст] / Е.И. Шейгал. – Волгоград: Перемена, 1994. – С. 118 – 124.

161. Шенк, Р. и др. К интеграции семантики и прагматики [Текст] / пер. с англ. / Р.Шенк // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. XIV. Лингвистическая семантика. – М.: Прогресс, 1989. – С. 32 – 47.

162. Шеннон, К. Математическая теория связи [Текст] // К.Шеннон // Работы по теории информации и кибернетике. – М.: Иностранная литература, 1963.

163. Шмелев, А.Д. Референциальные механизмы русского языка [Текст] / А.Д. Шмелев // *Slavica tamperensia*, V. Тампере, 1996.

164. Шмелев, Д.Н. (1983а): Проблемы семантического анализа лексики [Текст] / Д.Н.Шмелев. – М.: Наука, 1973. – 280 с.

165. Шмелев, Д.Н. (1983б): О референции агентивных существительных [Текст] / Д.Н.Шмелев // Филол. науки. – 1983. – № 4. – С. 12 – 20.

166. Шумарина, Т.Ф. Антропонимическая вариативность в речевой

коммуникации [Текст] / Т.Ф.Шумарина // Русская ономастика. – Одесса: ОГУ, 1984. – С. 130 – 136.

167. Шутова, Н.М. Социальный контекст в семантике английских антропонимов [Текст] / Н.М.Шутова // Вестник Удмуртского ун-та. – 1993. – № 7. – С. 29 – 32.

168. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию [Текст] / пер. с итал. / У.Эко. – СПб.: Симпозиум, 2006. – 544 с.

169. Якобсон, Р. О. Избранные работы [Текст] // Р.О.Якобсон. – М.: Прогресс, 1985.

170. Яковлевская, А.В. Факторы возникновения фразеологических единиц [Текст] / А.В. Яковлевская // Уч. зап. Вологр. гос. пед. ин-та. – Вып. 14. Волгоград: ВГПИ, 1961.

171. Abelson, R., Schank, R. Scripts, Plans, Goals and Understanding // Representation and Understanding. N.Y.: Longmans, 1975. – P. 211 – 236.

172. Bellert, I. Arguments and Predicates in the Logico-Semantic Structure of Utterances // Studies in Syntax and Semantics. Dordrecht, 1969. – P. 34 – 54.

173. Berne, E. Games People Play. Harmondsworth: Penguin, 1978. – 173 p.

174. Bernstein B. Social Class, Language and Socialization // Language and Social Context: Selected Readings. Harmondsworth: Penguin, 1979. – P. 26 – 44.

175. Bracher, M. Laconian Theory of Discourse: Subject, Structure, and Society. – N.Y.: Acad. Press, 1994.

176. Busse, T.V. Nicknames: Usage in American High School // Names. – Berkeley, 1983. – Vol. 31. – No. 4. – P. 300 – 306.

177. Chafe, W. Selected Works. – Cambridge (Mass): MIT Press, 1979.

178. Chomsky, N. Syntactic Structures. – N.Y. – Toronto: Pelican, 1965.

179. Cohen, Ph.R. On Knowing What to Say: Planning Speech Acts. Technical Report No. 118. – Toronto: Univ. Press, 2004.

180. Coupland, J. (ed.). Small Talk. – Harlow: Longman, 2000.

181. Fast, J., Fast, B. Talking between the Lines: How We Mean More than Say. – N.Y.: Acad. Press, 1979.

182. Firth, J.R. Verbal and Bodily Rituals of Greeting and Parting // The Interpretation of Ritual. – London: J.S. La Fontaine (ed.), 1972. – P. 1 – 38.

183. Grice, H.P. The Logic of Conversation. – Harvard: Univ. Press, 1998.

184. Gumperz, J.J. Discourse Strategies: Studies in Interactional Sociolinguistics. – Cambridge: Univ. Press, 1982.

185. Halliday, M.A.K. Language as Social Semiotic. London: Edward Arnold Publishers, 1978. – 256 p.

186. Hjelmslev, L. Prolegomena to a Theory of Language. – N.Y.: Mouton, 1943.
187. Jackendoff, R. Semantic Interpretation in Generative Grammar. Cambridge (Mass), 2003.
188. Karttunen, L. Discourse Referents // Syntax and Semantics. – Vol. 7. – N.J.: Acad. Press, 1976. – P. 364 – 385.
189. Lakoff, G., Johnson, M. Conceptual Metaphor in Everyday Language // Journal of Philosophy. – 1980. – Vol. 77. – No. 8. – P. 22 – 46.
190. Лйvi-Strauss, C. Myth and Meaning. – London: Univ. Press, 1978.
191. Longuet-Higgins, H. The Algorithmic Description of Natural Language // Proceedings of the Royal Society of London. Series B. London, 1972. – P. 225 – 276.
192. Ogden, Ch. Richards, I. The Meaning of Meaning. London: Univ. Press, 1993.
193. Osgood, Ch., Tannenbaum, M. Travels in Semantic Space. – Cambridge (Mass): MIT Press, 1972.
194. Personality, Roles, and Social Behaviour. – N.Y., etc.: Springer-Verb, 1982.
195. Potter, S. Modern Linguistics. – London, 1957. – 382 p.
196. Quine, W. The Roots of Reference. – La Salle: Acadйmie, 1973. – 276 p.
197. Rummelhart, M. Towards a Social Role Theory // Syntax and Semantics. – Vol. 52. – No. 6. – 1975.
198. Saussure, F. de. Cours de linguistique гйnйrale. – Гйппиве: Morgues, 1916.
199. Seymour, H. English at Leisure. – London, N.Y.: Pelican Publishers, 2000.
200. Stewart, A.H. Graphic Representation of Models in Linguistic Theory. Bloomington and London: 1976.
201. 10, 000 Toasts, Jokes and Stories. London: E.Arnold Hublishers, 1966.
202. Weinreich, U. Problems in the Analysis of Idioms // Proceedings of the Summer 1966 Linguistic Forum at the Univ. of California. – Los Angeles, 1966.

Источники языкового материала

Художественная литература

203. Егоров, В. «Ту би ор нот ту би» [Текст] / В.Егоров // Литературная газета. 22.05.1974.
204. Chandler, R. The Goldfish // R.Chandler. Farewell, My Lovely. The Goldfish. Guns at Cyrano's. – М.: Progress, 1984.
205. Christie, A. The Labours of Hercules. – Wordsworth Editions, 1983.
206. Galsworthy, J. The Forsyte Saga. The Man of Property. In Chancery. To Let. – Wordworth Classics, 2001.
207. Gray, J.Th. The Odes by Mr Gray. – Wordsworth, 1965.
208. London, J. The Valley of the Moon. Penguin Books, 1972.
209. Salinger, J.D. The Catcher in the Rye. – Penguin Books, 1974.
210. Wilde, O. The Picture of Dorian Gray. – Penguin Books, 1999.
211. The Holy Bible. – <http://www.bartbery.com>
212. <http://www.learn-english-today.com>
213. <http://sayings.ru/sayings.html>
214. <http://www.thefreedictionary.com>

Словари и справочники

215. Краткий словарь когнитивных терминов / Кубрякова Е.С. и др. М.: изд-во МГУ, 1996. – 245 с.
216. Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская Энциклопедия, 1990. – 685 с.
217. Советский энциклопедический словарь. – М.: Сов. Энциклопедия, 1984. – 1102 с.
218. All Nations English Dictionary. – Colorado Springs: All Nations, 1990. – 829 p.
219. Collins English Dictionary. London, Glasgow: Collins Sons and Co. – 829 p.
220. Concise Oxford Dictionary of Current English. – Oxford: Clarendon Press, 1997. 1569 p.
221. Dictionary of Modern English Usage / Fowler W.H. – London: Wordsworth, 1994. 385 p.
222. Dictionary of Cultural Literacy. – Boston: Houghton Mifflin, 1990. – 586

p.

223. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. London: Macmillan, 2007. 1749 p.

224. Say It with Us / Andrews H. СПб.: АОЗТ “П-2”, 1994. – 338 с.

225. Webster’s New World Dictionary. N.Y.: Pelican, 1977. – 856 p.

**ОБРАЗЦЫ МАТЕРИАЛОВ
ДЛЯ ЛИНГВОСТРАНОВЕДЧЕСКОГО СПРАВОЧНОГО ПОСОБИЯ
ПО АНГЛИЙСКИМ НАИМЕНОВАНИЯМ ОДЕЖДЫ**

Предлагаемый языковой материал призван способствовать повышению лингвокультурной компетенции пользователей справочного пособия, расширить их представления о культуре одежды англоязычных стран, их обычаях и фольклоре, символике одежды, а также о ментальности англосаксов, под своим углом зрения и на своем культурном фоне осмысливающих специфику русской культуры одежды.

1. Английская безэквивалентная лексика, передаваемая транслитерацией, калькированием, описательным переводом

Andy cap – кепка в стиле персонажа серии карикатур художника газеты “Daily Mirror” Р.Смайта (Reg Smythe); якобы указывала на принадлежность Энди к пролетариям, хотя он нигде не работал, отличался ленью и легкомыслием

Alice band – “лента Алисы” (плотно охватывающая голову); по иллюстрациям Дж. Тенниэла к книге Л.Кэрролла “Alice’s Adventures in Wonderland”

baby-doll nightdress (AmE) / baby-doll pyjamas (BrE) – просторная блуза навыпуск и короткие штанишки

balaclava (helmet) – вязаный шлем (закрывающий голову, шею и плечи; его носят солдаты, альпинисты, лыжники, а в наше время этот фасон используется и для детских шапочек); по названию г. Балаклавы (Украина), места боя во время Крымской войны 1853 – 1856 гг., где участвовали британские войска

balbriggan – балбриган, нижнее белье из гладкого хлопчатобумажного трикотажа; первоначально производилось в г. Балбригане (Ирландия)

bearskin – меховой кивер (высокая шапка английских гвардейцев, изготовленная из медвежьего меха)

beanie – разг. бини, женская шапочка, плотно облегающая голову; от *bean* – разг. “голова”

beehive – “улей” (женская шляпа пирамидальной формы)

Bermudas – разг. бермуды, шорты длиной по колено

bell-bottom trousers – брюки-клеш (первонач. матросские брюки с раструбом)

belcher – белчер, синий шейный платок в белый горошек; назван по имени из-вестного боксера Дж. Белчера (*Jim Belcher*)

billycock – жесткая муж. фетровая шляпа с низкой тульей и широкими полями

black tie – черный галстук-бабочка; надевается к смокингу (*dinner jacket*)

bloomers – 1) девичьи гимнастические шаровары до колен; 2) женские трико с резинкой; 3) женские брюки с резинкой у щиколотки; по имени американки А. Блумер (*A. Bloomer*), разработавшей в сер. XIX века модель брючного костюма

blue bonnet – круглая шерстяная шотландская шапка типа берета; головной убор шотландского крестьянина / солдата

blue bottle – историч. синий мундир (полиции и некоторых родов войск)

bowler hat – шляпа-“котелок”, отличительная черта одеяния дельцов лондонского Сити

cardigan – в прежние времена мужской вязаный жилет, а в наше время преимущественно женская вязаная кофта, жакет или пальто без воротника и лацканов (по имени седьмого эрла Кардигана, английского генерала)

cat-suit – “кошечка”, женский облегающий костюм типа комбинезона

cocktail dress – платье для коктейлей (надевается на приемы, визиты и т.п. во второй половине дня)

Cossack trousers – женские свободные брюки с напуском (от *Cossack* “казак”)

drape suit – мужской костюм с очень длинным пиджаком и узкими брюками (мода 40-х – 50-х гг. XX века)

duffle coat – историч. пальто из грубой шерстяной ткани с капюшоном, с деревянными застежками вместо пуговиц

evening dress – вечерний туалет (для мужчин – смокинг, для женщин – длинное платье; надпись на пригласительной открытке)

Eton collar / Peter Pan collar – широкий круглый воротник на женском платье

Fauntleroy suit – бархатный костюм на мальчика с кружевным воротником и короткими брючками (мода конца XIX века); по имени юного героя романа Ф. Бернетт (*Frances Hodgson Burnett*) “*Little Lord Fauntleroy*”

gown – мантии разного цвета и фасона, в старину носившиеся чиновниками, судьями, университетскими профессорами и др.

knickerbockers (сокр. **knickers**) – *историч.* короткие свободные мужские брюки со сборками на коленях (от *Knickerbocker* “житель Нью-Йорка”; по фамилии повествователя в “Истории Нью-Йорка” В.Ирвинга)

knickers – *соврем.* 1) женские панталоны вышеупомянутого фасона; 2) детские штанишки на подтяжках

pork pie (hat) – круглая шляпа с плоской тульей и загнутыми кверху полями

riding coat – сюртук для верховой езды; название было заимствовано франц. языком, а затем вернулось в английский в форме *redingote* (ср. рус. *редингот*); в этой форме оно ныне обозначает женское долгополое двубортное пальто

royal beret – *историч.* “королевкий” берет с высоким сужающимся верхом (< франц. *beret royal*)

school tie – галстук форменной расцветки, отличительный аксессуар униформы того или иного английского учебного заведения

smock – различные виды свободной легкой одежды (*устар.* женская сорочка; широкая блуза художника; полотняная рубаха для полевых работ; детский ком-бинезон и др.)

smoking jacket – *историч.* особый расшитый пиджак, в прежние времена специально надевавшийся джентльменами для послеобеденного выкуривания сигары в курительной комнате (не путать со смокингом)

Stetson hat (= **ten-gallon hat**) – стетсон, американская широкополая шляпа с высокой тульей (первонач. ковбойская); носится зачастую в знак патриотизма, в популистских целях и т.п.; по названию торговой марки

tails (= **tail-coat**, **dress-coat**, *шутл.* **claw-hammer coat**) – фрак английского покроя с длинными раздвоенными фалдами “ласточкин хвост”

Tam O’Shanter (cap) – шотландский берет (по имени фольклорного персонажа)

trilby (hat) – трильби, мягкая фетровая шляпа особого покроя

tunic – 1) плотно облегающий китель; 2) женская свободная блуза с поясом

turtleneck – *амер.* рубашка американских фермеров со стоячим воротником

tuxedo [tʌk`si:dou] (= **dinner jacket**) – длиннополый пиджак с открытой грудью и покрытыми шелком отворотами, надеваемый на официальные вечерние приемы (по-русски неверно именуемый *смокингом* от *smoking jacket*); по названию населенного пункта (*Tuxedo*)\

2.Русская безэквивалентная лексика, передаваемая по-английски транслитерацией и / или описательным переводом

армяк – *hist.* armyak (peasant's coat of heavy cloth)

будёновка – *hist.* Red Army soldier's cone-shaped head-dress with ear-flaps

бурка – fleecy felt cloak worn by Caucasian shepherds and Kuban Cossacks

ватник – vatnik (shapeless cottonwool-padded jacket)

дублёнка – man's tanned sheepskin coat

душегрейка – (woman's) sleeveless jacket usu. padded or fur-lined

зипун – *hist.* peasant's homespun coat

казакин – *hist.* kazakin (man's knee-length coat with pleated skirt)

картуз – *hist.* visored peaked cap

кафтан – *hist.* caftan (long tunic with waist-girdle)

кацавейка – woman's short quilted jacket

кепка – flat cloth cap with short peak

кожанка – leather jacket worn esp. by Bolshevik Commissars

кожух – shepherd's sheepskin coat

кокошник – *hist.* kokoshnik (Russian peasant woman's ornamented head-dress)

косоворотка – *hist.* peasant's shirt or blouse with side-fastening

косуха – slanting-breasted jacket

косынка – woman's light triangular kerchief

крылатка – *hist.* (man's) loose cloak with cape

кубанка – round-shaped astrakhan hat worn by Kuban Cossacks

кушак – man's broad sash worn round waist

малахай – malakhai (fur cap with long ear-flaps)

папаха – tall sheepskin hat worn by shepherds (Caucasus) and high-rank Army officers (Russia)

поддёвка – *hist.* poddyovka (man's light tight-fitting coat)

полушубок – short sheepskin winter coat

порты – *hist.* peasant's creaseless cloth trousers

рубаха – *hist.* (ethnic) loose belted shirt worn outside trousers

сарафан – sarafan (peasant woman's sleeveless dress buttoning in front)

телогрейка – padded or quilted coat

толстовка – *hist.* tolstovka (man's long belted blouse)

тужурка – man's double-breasted jacket

тулун – (man's) sheepskin or hareskin coat

ушанка – winter cap with flat ear-flaps

черкеска – long light coat worn by Circassian highlanders and Kuban Cossacks

шушун – *hist.* peasant woman's long winter coat

3. Знаменитые фольклорные и литературные персонажи, прозванные по предметам одежды / обуви

Hugh Tarpaulin – Хью Брезент, герой рассказа Э.А.По “King Pest” (*tarpaulin* – здесь: моряцкая брезентовая шапка)

Iron Mask – Железная Маска, легендарный узник Людовика XIV

Leatherstocking – Кожаный Чулок, герой одноименного романа Дж. Фенимора-Купера

Little Red Riding Hood – Красная Шапочка

Mask of the Red Death – таинственный герой одноименного рассказа Э.А.По, олицетворение смерти

Pantaloone – Панталоне, персонаж итальянской комедии дель арте

Peppi Longstocking – Пеппи Длинный Чулок, юная героиня одноименной пове-сти А.Линдгрэн

Puss in Boots – Кот в Сапогах

Robin Hood – Робин Гуд, герой средневековых английских баллад, благород-ный разбойник из Шервудского леса (прозван по охотничьему капюшону)

red cap – “красный колпачок”, гном или эльф

silver stocking – эльф или тролль

the woman in white – героиня одноименного романа У.Коллинза

4. Наименования социальных ролей и лингвокультурных

типажей, данные по предметам одежды и аксессуарам

a Cromwell in petticoats – властная женщина, “бой-баба”

a knight in shining armour – *шутл.* доблестный человек; галантный кавалер

bad hat – *слэнг* поддонок, мерзавец

big wig – *разг.* “важная шишка”, значительное лицо (в старину судьи, муниципальные чиновники и т.п. носили большие напудренные парики)

black berets – *амер.* бойцы морской пехоты

black coat – 1) *пренебр.* “черная сутана”, священник; 2) работник непроизводствен-ной сферы

black shirts – итальянские фашисты / *brown shirts* – немецкие нацисты

black ties – светские львы (по шелковому черному галстуку-бабочке, составляющему часть вечернего костюма)

blue blouse – пролетарий

blue bonnet – “синяя шапка”, шотландский крестьянин; шотландец

blue buttons – “синие пуговицы”, ученики маклеров на Лондонской бирже

blue caps – разг. королевская военная полиция

blue coat – разг. 1) “синий мундир”, солдат; моряк; 2) *историч.* солдат армии северян (во время гражданской войны в США); 3) ~ **boy** – ученик благотворительного учебного заведения

blue collar (worker) – цеховой работник; работник физического труда; рабочий

blue jackets (= men in blue) – разг. английские военные моряки

blue mantle – разг. чиновник геральдической палаты

blue stocking – “синий чулок”, ученая женщина; по лондонскому лит. кружку “Blue Stocking Club” (XVIII в.); частью клубной формы были синие шерстяные чулки грубой вязки, символизировавшие идеологию женской эмансипации

bobby sox – *устар.* пай-девочка, девушка из приличной семьи (по названию белых носочков, модных в 50-е годы XX века)

bonnet laird [lɛəd] – *историч.* мелкий землевладелец (по обычаю носивший шапку, в отличие от дворян, носивших шляпы); сканд. *laird* = англ. (land)lord

bowler hat – разг. 1) деловой человек, особ. из лондонского Сити; 2) *воен. жарг.* гражданское лицо, “шпак” (ср. *to get one's bowler hat* – быть уволенным с военной службы)

(**boy in**) **buttons** – паж (одетый в ливрею с множеством пуговиц)

brass hat – штабной / военно-морской “чин”

Capuchin – монах-капуцин (по капюшону, составлявшему часть одеяния)

cloak and dagger knights – рыцари плаща и кинжала, тайные агенты

copper hat (сокр. *copper, cop*) – полицейский (в XIX веке констебли носили медные каски)

cornet (от франц. *cornet* “рожок”; *первонач.* вид кивера) – *историч.* корнет, младший кавалерийский офицер

crowned head – король / королева

empty pocket – голодранец, бедняк

green berets – бойцы английских десантно-диверсионных войск

iron / hard / steel hat – строительный рабочий (назван по защитному шлему)

Ironsides – железнобокие, конники Кромвеля (названы по железным кирасам)

kiltie – разг. горный шотландец-воин (килт составляет часть его униформы)

livery man – историч. 1) член лондонской торговой компании (каждая такая компания имела свою униформу); 2) лакей

old hat – человек старых взглядов, отставший от жизни; ретроград

old school ties – бывшие однокашники, сохранившие дружеские и деловые отношения (игра слов: “старые школьные галстуки” и “старые школьные связи”)

petticoat – представительница слабого пола, женщина (со всеми чертами, присущими этому полу); ~s – собир. слабый пол, женщины

ragtag and bobtail (от *rags* – “отрепья”, *tags* – “лохмотья”, *bobtail* – “обрывки”) – собир. голытьба, сброд

red cap – 1) носильщик; 2) военный полицейский

red coat (= *King's / Queen's coat*) – “красная шинель”, английский солдат (название в ходу до сих пор, хотя у соврем. англ. солдат шинели имеют иной цвет)

red hat – кардинал (по цвету митры)

red mask – историч. палач

red shirt – историч. гарибальдиец

sansculotte [sa:ŋku`lot] – радикал, революционер (от фр. *sans culotte*, букв. “го-лоштанник” – санкюлот, во времена Франц. революции бунтовщик из низов)

silk mantle – “шелковая мантия”, королевский адвокат

silk stocking – богач

stuffed (амер. жарг. **boiled**) **shirt** – пренебр. чванливый человек, гордец

top hat – устар. капиталист, толстосум (в XIX в. «дядю Сэма» – символ США – в карикатурах изображали в цилиндре, разрисованном в цвета амер. флага)

Whitecaps – историч. члены самодеятельного (нелегального) суда в США; позднее – ку-клукс-клановцы

white collar (worker) – конторский служащий; работник умственного труда

white glove – судья, не выносящий (или выносящий мало) обвинит. приговоров

Ср. рус.: голубые береты (бойцы воздушно-десантных войск), черные береты (морская пехота), серые шинели (*устар.* нижние чины царской армии), красные ментики (*устар.* гусары), кирасиры (*устар.* род кавалерийских войск), зо-лотопогонники (*устар. пренебр.* царские и белогвардейские офицеры), зеленые фуражки (пограничники), люди в белых халатах (медработники), коричнево-рубашечники (немецкие нацисты), чернорубашечники (итальянские фашисты), синемблузые (*устар.* пролетарии), медные каски (*устар.* пожарные), красные лампасы (высший командный состав), красные / малиновые пиджаки (новые русские), пикейные жилеты (доморощенные политики), голубые мундиры (*ус-тар.* жандармы)

5. Английские фразеологизмы и пословицы, содержащие наименования предметов одежды, их частей и аксессуаров

an iron hand in a velvet glove – “железная рука в бархатной перчатке”, жесткое правление, маскируемое внешней мягкостью

arms and gown – военное и мирное время (букв. “доспехи и халат”)

as tight as a fat lady’s girdle – *амер. жарг.* в стельку пьяный (игра слов: *tight* – “тесный” и “пьяный”; *girdle* – *амер.* “корсет”)

bear the crown – быть монархом

be fully buttoned – “быть застегнутым на все пуговицы”, вести себя чопорно

be in sackcloth and ashes – предаваться раскаянию, покаянию

be tied to mother’s apron-strings ≈ держаться за мамкину юбку

bit of muslin / skirt – *слэнг* женщина, девушка

cap in hand – униженно, просительно

catch smb with his pants down – застать кого-л. врасплох

clear one’s skirts – смыть пятно позора, восстановить свою репутацию

clothes make the man ≈ одежда красит человека

cut from the same cloth ≈ из одного теста сделаны; одним лыком шиты

cut your coat according to your cloth ≈ по одежке протягивай ножки

dust smb’s jacket – отлупить кого-л.

fling one’s bonnet over the mill – перейти границы дозволенного (о женщине); ср. рус. «и в воздух чепчики бросали» (А.С.Грибоедов)

Fortunatus' cap – удачливость, везение

get the shirt off smb – вывести кого-л. из себя, взбесить

gird one's loins – “препоясать чресла”, отправиться в путь, приняться за дело

give smb a wet shirt – заставить работать до седьмого пота

give / get the mitten – уволить / быть уволенным со службы

give the shirt off one's back ≈ отдать последнюю рубашку

hang up one's hat – 1) устроиться, поселиться (особ. о том, кто поселился в доме жены); 2) засидеться в гостях, расположиться как у себя дома

have a bee in one's bonnet – быть одержимым идеей

have an ace / card up one's sleeve – “держатъ туза в рукаве”, приберегать, держать что-л. наготове

have not thy cloak to make when it begins to rain ≈ на охоту ехать – собак кормить

have smb in one's pocket – держать под контролем, в полном подчинении

hit below the belt – “ударить ниже пояса”, применить запрещенный прием (в споре, конфликте и т.п.)

hold the belt – 1) занять первое место (в соревновании); 2) выдвинуться, занять высокий пост

if the cap fits, wear it ≈ по Сеньке и шапка

I have known him since he was in petticoats ≈ я знаю его с пеленок

in Adam's / Eve's dress – “в костюме Адама / Евы”, нагишом

in one's birthday suit – в чем мать родила, нагишом

it's not the gay coat that makes the gentleman ≈ не одежда красит человека

keep one's shirt on – держать себя в руках, контролировать свои эмоции

keep smth under one's hat – держать что-л. в секрете

lose one's shirt – 1) разъяриться, вспылить; 2) потерять всё, что есть

martyr's crown – “терновый венец”, мэки, принимаемые за идею

near is my shirt, but nearer is my skin ≈ своя рубашка ближе к телу

no cross no crown – без самоотверженного Служения нет славы и почета

no tails (букв. “без фраков” – от надписи на пригласительной открытке) – без церемоний, запросто

not to have a shirt on one's back – впасть в крайнюю нищету

on smb's coat-tails (букв. “по фалдам чьего-л. пиджака”) – 1) при чьей-л. поддержке; 2) вслед за кем-л.; ср. рус. по чьим-л. следам; наступать на пятки; (во-рваться в город и т.п.) на плечах у противника

petticoat government – “бабье царство”, засилье женщин (в семье, политике и др.)

pull in one's belt – “затянуть пояс потуже”, сократить расходы

put on a black cap – сурово осуждать кого-л. (по старой традиции судья надевал черную шапочку перед вынесением смертного приговора)

put one's hand in one's pocket – раскошелиться

put one's pride in one's pocket – смириться, безропотно снести унижение

put on frills / take the frills off smb – зазнаться / сбить спесь с кого-л.

put one's shirt on smth – рискнуть всем, пойти ва-банк

rule (etc) in white gloves – править (и т.п.) “в белых перчатках”, не мараая рук, не пятная свою репутацию

run after every petticoat – гоняться за каждой юбкой

send round the hat – “пустить шапку по кругу”, проводить сбор пожертвований

still in swaddling clothes – 1) в юном, незрелом возрасте; 2) на начальной стадии

suffer in one's pocket – понести убытки

take off one's coat – “засучить рукава”, горячо приняться за дело

take off the gloves – перестать церемониться, вступить в конфликт всерьез

take the veil – постричься в монахини

throw down / pick up the gauntlet / glove – бросить / принять вызов

throw off the mask – сбросить маску, показать свое истинное лицо

town and gown – открытое собрание в Оксфордском и Кембриджском университетах, на котором присутствуют как посторонние (*town*), так и свои (*gown*)

there will be wigs on the green – предстоит нешуточная драка, перепалка и т.п. (букв. “на траве будут валяться парики”; ср. рус. *пух и перья полетят*)

trail one's coat (for smb to tread on) – искать ссоры (букв. “расстилать фалды, чтобы кто-нибудь наступил”)

turn one's coat – перевернуться на сторону противника (букв. “вывернуть пиджак наизнанку”)

turn up one's sleeves – “засучить рукава”, рьяно взяться за дело

wave the bloody shirt – разжигать рознь

wear one's heart on one's sleeve – быть открытым, откровенным человеком; ср. рус. *всё на лбу написано*

wear the blue ribbon – быть первым в своем деле (*blue ribbon* – награда

победи-телю в конкурсе; ср. франц. *cordon bleu* – букв. “голубая лента”, перен. “искусная повариха”)

wear the trousers – быть главой семьи (о жене), держать мужа под каблуком

white caps – барашки волн

wolf in sheep's clothing – “волк в овечьей шкуре”, агрессор, лицемерно изо-бражающий миролюбие

6. Дальнейшие (метафорические) значения названий предметов одежды и их частей

apron – ав. твердое покрытие летного поля; театр. авансцена перед занавесом

belt – геогр. пояс/ зона; узкий пролив; воен.-мор. броневая обшивка корабля ниже ватерлинии; лесотехн. лесопосадочная полоса; техн. приводной ремень

bonnet – техн. капот (автомобиля); колпачок; защитная пластина над отверстием дымовой трубы; мор. дополнительный холст, пришнуровываемый к парусу

cap – шляпка (гриба); анат. (коленная) чашечка; наколенник; бутылочная пробка; верхушка ветряной мельницы; (снежная) шапка (горы); техн. колпачок

cloak – (снежный и т.п.) покров; прикрытие (*under the cloak of smth* – под при-крытием чего-л., *under the cloak of night* – под покровом ночи)

coat – зоол. оперение (птицы); шерстяной покров (животного); оболочка, слой (краски); (снежный) покров

coating (первонач. толстая ткань для верхней одежды) – слой краски; оболочка пилули и другие виды покрытий

collar – хомут; ожерелье, кольцо; техн. ворот

corona (букв. устар. “корона”) – астрон. гало вокруг Солнца или иного небес-ного тела; круглая церковная люстра со свечами; бот. венчик (цветка); архит. капитель (колонны)

coronet (букв. “малая корона”) – головная лента из дорогой декоративной ткани; “бабка” ноги копытного животного

crown – мед. коронка (зуба); вершина (холма); крона (дерева); крона (монета); макушка (головы); архит. верхушка (арки)

dress – перен. одеяние, убор: листва (*forest in its autumn dress*), мех (*hares in their winter dress*) и т.п.

girdle – *анат.* (плечевой / тазовый) пояс; защитная жестяная лента вокруг древесного ствола; всякая опоясывающая полоса / лента / линия

hood – *техн.* капот (автомобиля); всякое покрытие, похожее на капюшон; уни-верситетский значок

jacket – *техн.* чехол / кожух / капот, рубашка (парового котла); картофельная кожура; *зоол.* шерстяной покров (животного); *полиграфич.* суперобложка (книги); пакет (для документов); конверт (для грампластинки)

mantle – покров (тайны и т.п.); *зоол.* мантия (моллюска); *техн.* газовый колпак

pocket – *геол.* “карман” (полость в скальной породе); *воен.* изолированный уча-сток территории, занятый противником или партизанами; очаг сопротивления

rags (букв. “лохмотья, рванина”) – *пренебр.* бумажные деньги; газетёнки (буль-варная пресса)

shirt sleeve – дипломатия

skirt – опушка (леса); кромка, окраина; *анат.* диафрагма (особ. у животного)

sleeve – *техн.* муфта; металлическая оболочка; патрубок

stocking – “чулок” (окраска нижней части конской ноги, отличающаяся от ос-новной окраски); *мед.* бандаж

Ср. рус.: географический *пояс*, плечевой *пояс*, автомобильный *капот*, *колпак* автомобильного колеса, газовый *колпак*, *колпак* лампы, *колпачок* авторучки, *рукав* шланга, *рукав* реки, *шляпка* гриба, *шляпка* гвоздя, *шапка* газеты / документа, снежная *шапка* горы, *венец* творения, *венчик* цветка, *козырек* крыши, *мантия* моллюска, *рубашка* игральной карты, *рубашка* парового котла, *карман* в скальной породе, пластиковый пакет-*майка*, *манжета* трубы, *опушка* леса, солнечная *корона*, *коронка* зуба, *муфта* трубы, *кожух* насоса, *фартук* прибора, *чулок* конской ноги, *юбка* клапана, картофель в *мундире*, *шлейф* кометы

Монография

ШАФИЕВА Мария Анатольевна

**Лексико-фразеологическое поле и его характеристики
в сфере перевода**

Редакторы:

Е.С. Захарова

И. А. Назарова

Подписано в печать 29.06.2016г.

Формат 60x84 1/16. Бумага офсетная

Усл. п. л. 9 Уч.-изд. л. 10,13

Тираж 100 экз. Рег. № 4/16sf

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Самарский государственный технический университет»
443100, г. Самара, ул. Молодогвардейская, 244. Главный корпус

Отпечатано в типографии
Самарского государственного технического университета
Филиал в г. Сызрани, 446001, г. Сызрань, ул. Советская 45