

breviation is called apocope. Here we can mention a group of words ending in «o», such as disco (discotheque), expo (exposition), intro (introduction) and many others. On the analogy with these words there developed in Modern English a number of words where «o» is added as a kind of a suffix to the shortened form of the word, e.g. combo (combination). In other cases the beginning of the word is clipped. In such cases we have aphaeresis, e.g. chute (parachute), varsity (university), copter (helicopter), muse (enthuse) etc. Sometimes the middle of the word is clipped, e.g. mart (market), fanzine (fan magazine) math (mathematics). Such abbreviations are called syncope. Sometimes we have a combination of apocope with aphaeresis, when the beginning and the end of the word are clipped, e.g. tec. (detective), van (avanguard) etc.

Sometimes shortening influences the spelling of the word, e.g. «c» can be substituted by «k» before «e» to preserve pronunciation, e.g. mike (microphone), Coke (co-ca-cola) etc. The same rule is observed in the following cases: fax (facsimile), tack (technical college), trunk (tranquilizer) etc. The final consonants in the shortened forms are substituted by letters characteristic of native English words.

References

1. Jespersen Otto. Growth and Structure of the English Language. Oxford, 1982. P. 246-249.
2. World Book Encyclopedia. Vol. 8. N. Y., 1993. P. 321.

УДК 81'373.46

*Е. А. Облёзова (Оренбург, Россия)
Оренбургский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова*

Язык моды: проблемы номинации

В статье рассматриваются вопросы, связанные с номинацией в языке моды. Исследуется, как имя предмета из области моды понимается современной молодёжью. Выявлено, что в сознании молодых людей лексический знак в основном верно соотносится с представлением о конкретном объекте фэшн-индустрии.

Ключевые слова: семантика, номинация, мотивированная номинация, язык моды

Язык чутко реагирует на перемены, происходящие в обществе с течением времени: появляются названия новых предметов одежды, тканей – как заимствованные, так и образованные с использованием средств русского языка. Одним из активно развивающихся пластов лексики является тематическая группа

номинаций, связанных с модой. Среди категорий предметных имен группа наименований одежды является очень важной в культурологическом и социальном отношениях и представляет собой большой пласт лексических единиц [12]. Кроме того, мода сама по себе – изменчивое явление нашей жизни. Актуальность исследования номинаций в сфере моды обусловлена необходимостью осмысления ономазиологических явлений в языке, связанных с изменчивой реальностью в фэшн-индустрии.

Под номинацией (от лат. *nominatio* – (на)именование) понимается процесс соотнесения лексических единиц с обозначаемыми объектами; результат образования языковых единиц (слов, сочетаний слов, фразеологизмов), обладающих номинативной функцией. Термин «номинация» употребляется также для обозначения раздела языкознания, изучающего структуру актов наименования [6].

Номинация бывает мотивированной и немотивированной. Чтобы понять, что такое немотивированная номинация, достаточно задуматься, почему стол именно так назван. Почему именно этот предмет мебели носит такое название, никому не известно. И подобных примеров немотивированной номинации достаточно много. К мотивированной номинации относится явление переноса звукового ряда имеющейся лексической единицы (обозначение предметов, явлений, географические названия) на другой денотат. Между именем какого-либо объекта или явления и тем, в честь чего или кого он так назван, нередко существует связь. Именно поэтому по звучанию таких слов мы можем догадаться об их значении и языке происхождения.

В научной литературе по лингвистике изучаются различные аспекты номинации. Исследуется вторичная номинация как элемент языковой картины мира (А. А. Буров, Г. П. Бурова) [1] и конкретные фрагменты языковой картины мира, включающие наименования определённых вещей, явлений, например номинации пищи (С. А. Иванов, Е. Р. Николаев) [4]. В общем и частном языкознании рассматриваются такие феномены, как повторная номинация (Р. К. Бекеева, Э. Н. Гаджиев) [3]. Мотивированная номинация усматривается в различных именах собственных, например в названиях торговых центров (А. С. Куров) [5]. С разных сторон изучаются тропы как результат вторичной номинации, например метафора в гендерном аспекте (В. М. Войченко, Е. Е. Дебердеева) [2]. Словообразование связывается с номинативными процессами (Д. Хасанова) [15], признаётся продуктивным способом номинации (О. К. Мжельская) [7]. Номинация соотносится с системными лексическими отношениями: синонимами (М. В. Тимашова, И. В. Царевская) [16], антонимами, паронимами (Н. Г. Костина, В. Ф. Ремизова, К. Р. Худайгулова) [10]; [12], омонимами. Идиомы как результат семантического переосмысления изучаются с различных точек зрения (Т. Г. Нестерова, В. Ф. Ремизова) [11]. Изучение языка моды, фэшн-индустрии включает вопросы, связанные с цветообозначением (А. В. Леонтье-

ва, А. М. Трухачева) [14], эволюцией наименований предметов одежды (Д. А. Седова) [13], лингвокультурных особенностей перевода реалий моды (Л. Е. Илина, А. Е. Сколзубенко) [8].

Мы остановились на словах, связанных с модой, так как о значениях многих слов, не только употребляющихся в сугубо профессиональной деятельности (фэшн-индустрии), но и связанных с повседневной жизнью, можно догадаться, проведя аналогии с известными похожими словами или узнав язык, из которого было заимствовано слово, по его произношению.

Цель проведенного нами исследования состояла в выявлении того, как имя предмета из области моды понимается современной молодёжью. Гипотеза исследования состояла в том, что в сознании молодых людей лексический знак не всегда верно соотносится с представлением о конкретном объекте. В своем исследовании мы двигались по граням семантического треугольника в направлении от имени предмета к понятию о предмете.

В работе использовались следующие методы исследования: анализ научной литературы, опрос, анализ словарных дефиниций, метод сплошной выборки и метод случайной выборки, лексико-семантический анализ.

Для достижения цели мы провели опрос среди студентов Оренбургского филиала Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. Опрашиваемым предлагалось определить значение слов и указать язык, из которого данная лексическая единица была заимствована. Список опросника состоял из 25 слов: *бермуды, капри, твид, френч, боливар, джерси, батист, килт, галифе, жилет, панталоны, макинтош, тренкот, феска, тюль, мадаполам, букле, кирза, свингер, панама, пижама, шёлк, джинсы, крепдешин, креп*. Все слова были отобраны методом случайной выборки из книги «Азбука моды» Лидии Орловой [9]. Список строился с учётом значения слов. Лист опроса представлен ниже в таблице.

Таблица

Лист опроса*

№	Слово	Значение	Язык происхождения
1	Батист		
2	Бермуды		
3	Боливар		

* Фрагмент таблицы. Таблица полностью включает 25 слов.

Часть исследуемых слов в первоначальном значении представляла собой географические названия (8 слов), из них 3 слова – обозначения предметов гардероба (*бермуды, капри, джерси*) повторяют названия островов, 5 слов (*твид, мадаполам, феска, тюль, джинсы*) совпадают с названием городов, мест, в которых впервые изготовили вещь или материал. Кроме того, 6 слов из данной

группы изначально были именами исторических личностей, в том числе 4 наименования сохраняют память об авторах изделий (*батист, галифе, жилет, макинтош*). Остальные предметы гардероба и ткани получили свои названия в силу специфических особенностей, которые принадлежали уже существующим предметам.

Собрав, систематизировав и проанализировав данные опроса, мы сделали следующие выводы.

Шесть слов из списка не вызвали у опрошенных никакого затруднения, ответы отличались однозначностью. Это такие слова, как *джинсы, жилет, пижама, тюль, шёлк, панама*. В экспериментальной группе не было участников, не знавших, что это такое, или ответивших нестандартно. Хотя следует отметить, что, например, значение слова *пижама* за многие столетия существенно изменилось. Оно происходит от персидского слова, которое означает «одежда для ног». Изначально слово означало лёгкие, свободные штаны, затягивающиеся на шнурок вокруг талии, которые носили в Южной и Западной Азии.

Необходимо отметить, что перед проведением опроса не было дано установки, что предлагаемые в списке слова связаны с модой. Нам важно было увидеть главные ассоциации, связанные с тем или другим словом, с его главным, первоначальным значением или со значением вторичным, мотивированным. В связи с этим некоторые слова были определены в совершенно разных значениях. Например, слово *бермуды*: часть опрошенных (13%) ответили, что *бермуды* – это штаны, то есть одежда, но большинство участников (74%) указали, что *Бермуды* – это острова, что также является истиной. Связь между двумя значениями четко прослеживается: бермуды носили воевавшие на данной территории мужчины – военные колонизаторы – из-за жаркого климата, а сами бермуды являются видом шорт.

Подобный ответ мы получили и на вопрос, что такое *капри*. Часть опрошенных (15%) сказала, что *Капри* – это остров. Но большинство респондентов ответили, что *капри* – это предмет одежды, штаны (8%) или брюки (39%). Больше трети участников опроса (38%) не знали ни одного значения данного слова.

Перейдем к словам, значения которых наименее знакомы опрошенным. К данной категории относится такой предмет одежды, как *боливар* – две трети опрошенных (67%) затруднились ответить, что это. Однако оставшиеся 33% предположили, что это шляпа, и оказались правы. Это действительно широкополая шляпа, названная в честь генерала Боливара – прославленного руководителя движения за независимость южноамериканских колоний, в честь него также была названо государство – Республика Боливия. Подобные шляпы были модными во времена А. С. Пушкина. В своем знаменитом романе «Евгений Онегин» великий поэт увековечил этот предмет одежды:

Надев широкий боливар,
Онегин едет на бульвар...

Примерно половина респондентов не знает, что такое *мадаполам*. Вместе с тем другая половина ответила, что это ткань, и многие по звуковому облику слова угадали, что она родом из Индии. Действительно, этот тип ткани был впервые изготовлен в одноименном населенном пункте Индостана.

Отдельную группу составили слова, которые участники опроса определяли по-разному. К таковым относится слово *джерси*: 31% опрошенных полагают, что это город, ещё 31% – что это штат, 8% считают, что это футболка, 8% – что ткань. На самом деле так называется трикотажный материал, который впервые был изготовлен на острове Джерси в проливе Ла-Манш.

Что касается происхождения слов, употребляемых в фэшн-индустрии, то опрошенные в основном верно догадывались о том, из какого языка заимствованы предъявленные слова. Например, участники эксперимента безошибочно сказали, что *килт* – шотландское слово, *панталоны* – итальянское, а *галифе* и *жилет* – французские слова. Затруднение вызвало слово *кирза*. О том, что эта лексическая единица представляет собой аббревиатуру – название Кировского завода искусственных кож, знают в основном люди старшего поколения.

Подводя итог проделанной работе, необходимо отметить, что гипотеза исследования подтвердилась лишь частично. Студенты, участвовавшие в эксперименте, показали, что в основном они верно соотносят слово (имя предмета, материала, явления из мира моды) с соответствующим ему понятием. Исключение составляют лишь некоторые слова. Данные, полученные в ходе исследования, можно использовать при изучении курсов по культуре речи, деловому общению, иностранному языку, а также для повышения общего уровня индивидуального развития человека.

Литература

1. Буров А. А., Бурова Г. П. К вопросу о вторичной номинации в аспекте языковой картины мира // Язык и речь в синхронии и диахронии: материалы 5-й междунар. науч. конф., посвящ. памяти проф. П. В. Чеснокова / отв. ред. Г. Т. Поленова. 2014. С. 138-145.
2. Войченко В. М., Дебердеева Е. Е. Гендерный аспект косвенной номинации (на примере русской и английской метафоры) // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2010. № 2. С. 135-138.
3. Гаджиев Э. Н., Бекеева Р. К. Перифраза и явление повторной номинации в общем и тюркском языкознании // Известия Дагестанского государственного педагогического университета. Общественные и гуманитарные науки. 2016. Т. 10. № 4. С. 66-69.

4. Иванов С. А., Николаев Е. Р. Пицца как фрагмент языковой картины мира (на примере диалектных номинаций пищи в якутском и тувинском языках) // Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М. К. Аммосова. 2020. № 2(76). С. 60-71.
5. Куров А. С. О мотивированности названий торговых центров города Ярославля // Культура. Литература. Язык: материалы 72-й междунар. науч. конф. («Чтения Ушинского»). 2018. С. 12-16.
6. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. 2-е изд., доп. М. : Большая Рос. энцикл., 2002. 709 с.
7. Мжельская О. К. Отономастическое словообразование как один из продуктивных способов номинации // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2017. № 3(29). С. 47-49.
8. Моисеева И. Ю., Путилина Л. В., Агаркова О. А., Ильина Л. Е., Сафонова О. Н., Ремизова В. Ф., Нестерова Т. Г., Авинова П. С., Мезенцева А. В. Стратегии общей и частной теории текста: монография. Ч. 2. Оренбург, 2016. 138 с.
9. Орлова Л. В. Азбука моды. М.: Просвещение, 1988. 176 с.
10. Ремизова В. Ф., Костина Н. Г. Паронимы: проблемы идентификации и использования (на примере английского и русского языков) // Актуальные проблемы торгово-экономической деятельности и образования в современных условиях: электрон. сб. науч. тр. 7-й междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 50-летию Оренбургского филиала РГТЭУ. Оренбург, 2012. С. 558-564.
11. Ремизова В. Ф., Нестерова Т. Г. Система глагольных идиом английского языка в текстах делового функционального стиля // Экономика регионов России: современное состояние и прогнозные перспективы: сб. ст. по материалам Всерос. науч.-практ. конф. препод., асп., магистр. Ивановского филиала Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. Иваново, 2019. С. 69-75.
12. Ремизова В. Ф., Худайгулова К. Р. Проблемы нормативного употребления паронимов в студенческой среде (на примере русского и английского языков) // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: материалы Всерос. науч.-метод. конф. Оренбург, 2019. С. 2534-2538.
13. Седова Д. А. Формирование и эволюция номинаций одежды во французском языке в средневековый период: зарождение моды // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2017. № 4. С. 105-114.
14. Трухачева А. М., Леонтьева А. В. Язык цвета в фэшн-дискурсе // Lingua Academica: Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики: материалы III Всерос. науч.-практ. конф. / под ред. Н. А. Крашенинниковой. Ульяновск, 2018. С. 257-261.
15. Хасанова Д. Словообразование в качестве объекта теории номинации // Ученый XXI века. 2016. № 9(22). С. 81-84.
16. Царевская И. В., Тимашова М. В. К вопросу о синонимии существительных в американском и британском сленге // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2-2. С. 208.