

УДК 81'27

СЕМАНТИКА И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЛЕКСЕМ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ «ОДЕЖДА»

Анна Михайловна Исакова

Лаборант кафедры теоретического и прикладного языкознания

Пермский государственный национальный исследовательский университет

614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15. annisakova18@gmail.com

В статье на примере 25 лексических единиц описана семантика наименований предметов одежды и проанализированы особенности их функционирования в наивном сознании русских информантов. Сопоставление особенностей употребления данных единиц разными социальными группами отражает совокупность знаний и представлений, которая является особым языком моды данных говорящих коллективов. Семантика наименований предметов одежды, описанная информантами, объем полученных толкований, а также анализ способов наивной семантизации позволяют выявить знание о мире, основанное на обыденных понятиях, формируемых сознанием носителя языка.

Ключевые слова: одежда; мода на одежду; наименования предметов одежды; тематическая группа.

Введение

Тематическая группа – класс слов, являющийся фрагментом национальной наивной картины мира, элементы которой являются существительными, имеющими в структуре значения общий компонент и дифференцированные различными признаками. Объединение слов в тематическую группу «Одежда», как и в такие группы лексики, как жилище, земледелие, огородничество, скотоводство, охота и рыболовство, портняжное дело, обувь, и др. основывается на классификации самих предметов, на «внешних отношениях между понятиями» [Филин 1982: 233]. Особенностью тематических групп является независимость состава группы от лексико-семантических связей слов [Филин 1982: 227–239]. Особенностью группы лексики «Одежда», отличающей ее от других групп бытовой лексики, является подвижность состава, быстрое расширение в ходе истории, активная сменяемость составляющих ее единиц.

Для описания лексики тематической группы «Одежда» лингвисты используют понятия «термин» [Андреева 1997; Гофман 2010; Терешкович 1999 и др.] и «номинация/наименование» [Маркова 1990; Матосян 2008; Тихомирова 2013], при этом четкой границы между ними не проводится, хотя в некоторых случаях отношения между этими понятиями определяются как отношения «общее – частное» [Уфимцева 1977].

Лексику, именующую предметы одежды, которая используется в сфере моды, можно описать и как профессиональную, и как общеупотребительную, поскольку эта сфера открыта, наблюдается

взаимопроникновение профессиональной и общеупотребительной лексики.

Тематическая группа «Одежда» характеризуется сложной разветвленной структурой, состоящей «из множества пересекающихся лексико-тематических классов и подклассов, детерминирована комплексной природой самого обозначаемого предмета – сферы “одежда и мода”» [Матосян 2008: 5]. В современной лингвокультуре отмечается также развитие отношений полисемии и омонимии лексических единиц, называющих одежду, появляется большое число синонимов, содержащих дифференциальные признаки, так или иначе конкретизирующие семантику. «Состав родовых наименований одежды обнаруживает тенденцию к постоянному обновлению. Взаимопроникновение форм видов одежды и стилей, относящихся к разным подклассам внутри одного класса, отражается в синкретизме новых номинаций сферы «Одежда» [там же: 5].

В работах отечественных лингвистов представлены результаты активного изучения лексем тематической группы «Одежда». Встречаются работы, посвященные этнолингвистическим особенностям лексики, называющей предметы одежды, ее историческим особенностям [Кирсанова 1995; Михеева 2009; Шапиро 2015, 2017]; внеязыковым и внутриязыковым заимствованиям, в том числе в сфере моды и одежды [Брейтер 1997; Крысин 1996, 2004; Тригуб 2001]; принципам наименования в русском языке предметов одежды [Маркова 1990]; модной терминологии

XXI в., особенностям ее появления и функционирования [Абрамова 2020; Матосян 2008]; исследованию номинаций одежды: в индивидуально-авторской картине мира [Кулакова 2000], в составе фразеологических оборотов [Тихомирова 2013].

Целью настоящего исследования является анализ семантики лексических единиц тематической группы «Одежда», а также выявление зависимости знания данных единиц от возраста информантов. Для реализации поставленной цели в толкованиях информантов были выделены группы семантических компонентов, проведен их частотный анализ и описаны наиболее активно используемые информантами способы семантизации предложенных лексических единиц.

Материал и методы исследования

Материалом исследования стали результаты психолингвистического эксперимента, проведенного методом наивного толкования. Подготовка к эксперименту предполагала выбор единиц, актуальных для современной индустрии моды предметов гардероба. Были проанализированы наименования предметов одежды семи интернет-магазинов брендов масс-маркета: Zolla, H&M, Ostin, Zara, Zarina, Mango, Lamoda. Наименования, встретившиеся на 5–7 сайтах были приняты за наиболее частотные и составили список из 25 стимулов. Согласно Национальному Стандарту Российской Федерации «Изделия швейные и трикотажные» наименования были разделены по конструктивному признаку на плечевую одежду и поясную:

- 1) к плечевой одежде, «одежда, опирающаяся на верхнюю опорную поверхность тела, ограниченную сверху линиями сочленения туловища с шеей и верхними конечностями, а снизу – линией, проходящей через выступающие точки лопаток и груди» (Национальный стандарт: электр. ресурс), относятся 9 наименований: *блуза, топ, кардиган, джемпер, худи, свитшот, поло, лонгслив, пуловер*; включая 7 наименований верхней одежды: *жакет, тренч, анорак, блейзер, парка, бомбер, косуха*;
- 2) к поясной одежде, «одежда, опирающаяся на нижнюю опорную поверхность тела, ограниченную сверху линией талии, а снизу – линией бедер» (Национальный стандарт: электр. ресурс), относятся 9 наименований: *мом фит, скинни, карго, клэш, чиносы, джоггеры, кюлоты, багги, слouchи*.

Подавляющее большинство специалистов: продавцов, швей, дизайнеров, связывающих свою профессиональную деятельность с одеждой и модой – женщины. Большое число наименова-

ний называет именно предметы женского гардероба. Поэтому участниками анкетирования стали 60 женщин. Испытуемым предлагалась анкета, состоящая из двух частей. В первой, социологической, информант должен был указать свой пол и возраст, а также отметить, является ли продажа или дизайн одежды профессиональной сферой деятельности. Таким образом, учитывалось влияние факторов «возраст» и «профессионализм» на представление о предъявляемых в анкете видах одежды. Информанты условно были поделены на три социальные группы (по 20 чел. в каждой группе): учащиеся средней школы 13–14 лет; молодые люди 19–25 лет, работающие в сфере индустрии моды; взрослые люди 45–60 лет, работающие в сфере индустрии моды. Таким образом, в выборку информантов вошли молодые девушки, не работающие, но в силу своего возраста интересующиеся тенденциями моды и работающие в сфере моды люди разного возраста.

Вторая, лингвистическая, часть анкеты включала перечень из 25 названных выше слов, которым нужно было дать толкование.

Приведем примеры толкований, данных информантами:

Жакет – официально-деловая кофта; пиджак, классический стиль, материал тонкий; пиджак, джинсовка без рукавов (школьники 13–14 лет);

Худи – это трикотажное изделие без застежек с капюшоном может быть с карманом кенгуру или с боковыми скрытыми карманами; предмет верхней одежды с капюшоном и без молнии, часто имеется карман спереди, относится к спортивному стилю; толстовка из мягкого трикотажа/флиса с капюшоном и карманами (молодые 19–25 лет);

Джоггеры – трикотажные брюки, могут быть на манжете, на резинке на кулиске, шьются из футера; свободные брюки, зауженные книзу, с широкой резинкой на поясе и на манжетах штанин; брюки свободного, прямого кроя с резинкой на талии и щиколотках (взрослые 45–60 лет).

Структурирование данных эксперимента проходило с использованием компонентного анализа и количественного метода, которые позволили наглядно представить актуализацию семантических компонентов значений наименований предметов одежды в толкованиях информантов.

Объем полученного и обработанного материала составил 1 172 наивных толкования.

Освоенность наименований одежды информантами

Прежде всего обратимся к освоенности наименований предметов одежды, предложенных ин-

формантам в эксперименте (см. Табл. 1). Столбец «Отказы» содержит информацию о проценте участников эксперимента, не давших толкований, или в качестве ответа написавших *не знаю*. В столбце «Толкования: верные» приведен процент информантов, в толкованиях которых се-

мантика предложенных лексических единиц верно соотносится с предметами одежды ими называемыми. В столбце «Толкования: неверные» представлен процент информантов, толкования которых не отражают актуального лексического значения предложенных в анкете наименований.

Таблица 1

Освоенность наименований предметов одежды информантами, %

Слово	Отказы	Толкования	
		Верные	Неверные
Жакет	5,0	95,0	0,0
Тренч	20,0	78,3	1,7
Анорак	46,7	51,7	1,7
Блейзер	36,7	61,7	1,7
Парка	5,0	95,0	0,0
Бомбер	15,0	85,0	0,0
Косуха	3,3	95,0	1,7
Блуза	0,0	100,0	0,0
Топ	0,0	100,0	0,0
Кардиган	1,7	98,3	0,0
Джемпер	1,7	98,3	0,0
Худи	11,7	86,7	1,7
Свитшот	11,7	88,3	0,0
Поло	8,3	90,0	1,7
Лонгслив	31,7	61,7	6,7
Пуловер	10,0	88,3	1,7
Мом фит	40,0	56,7	3,3
Скинни	18,3	81,7	0,0
Карго	66,7	30,0	3,3
Клёш	3,3	96,7	0,0
Чиносы	56,7	40,0	3,3
Джоггеры	16,7	83,3	0,0
Кюлоты	20,0	76,7	3,3
Багги	65,0	31,7	3,3
Слоучи	48,3	48,3	3,3

Данные приведенные в столбце «Отказы» важны, поскольку именно количество отказов от толкования предложенных лексических единиц свидетельствует об актуальности наименования в повседневной деятельности информантов, в то время как некоторые реакции, вошедшие в процент верных толкований, могли быть результатом правильного предположения или догадки.

Из Таблицы 1 видно, что наибольший процент отказов получили слова: *карго*, *багги*, *чиносы*, *слоучи*, *мом фит*, *анорак*, *блейзер*, *лонгслив*. Именно они оказались наименее известными информантам всех социальных групп. Примечательно, что названия поясной одежды в целом получили большее число отказов. Названия поясной одежды довольно часто фиксируют дифференциацию предметов одежды по одной яркой особенности (большое число карманов – *карго*; высокая посадка – *мом фит*; низкая посадка – *багги*; расширенные брючины – *слоучи* и т. д.) и

быстро выходят из употребления с изменением модных тенденций.

Данные столбца «Толкования: верные» демонстрируют, что наибольшей степенью освоенности обладают слова: *блуза*, *топ*, *кардиган*, *джемпер*, *клёш*, *жакет*, *парка*, *косуха*, *поло* (на первые два слова вообще не получено отказов). Можно предположить, что наименования, получившие 100% верных толкований, называют предметы одежды, имеющиеся в гардеробе каждого информанта. Это вещи базовые, они будут актуальны всегда, как бы ни изменялась мода на определенные детали фасона, кроя или особенности материала.

Данные Таблицы 1 показывают, что неверные толкования не являются частотным явлением в анкетах информантов. Небольшой процент неверных толкований получили 14 наименований из 25: *лонгслив*, *мом фит*, *карго*, *чиносы*, *кюлоты*, *багги*, *слоучи*, *тренч*, *анорак*, *блейзер*, *косу-*

ха, худи, поло, пуловер. На наш взгляд, неверные толкования могли быть даны информантами не только в результате наличия у них ложных представлений об актуальном значении слов, но и в результате неудавшейся попытки угадать значе-

ние неизвестного им названия предмета гардероба.

Рассмотрим степень освоенности наименований предметов одежды информантами разных социальных групп (см. Табл. 2).

Таблица 2

Освоенность наименований предметов одежды информантами разных социальных групп, %

Слово	Социальная группа								
	13–14 лет			19–25 лет			45–60 лет		
	Отказы	Толкования		Отказы	Толкования		Отказы	Толкования	
Верные		Неверные	Верные		Неверные	Верные		Неверные	
Жакет	15	85	0	0	100	0	0	100	0
Тренч	30	65	5	5	95	0	25	75	0
Анорак	60	35	5	25	75	0	55	45	0
Блейзер	65	30	5	15	85	0	30	70	0
Парка	5	95	0	0	100	0	10	90	0
Бомбер	10	90	0	5	95	0	30	70	0
Косуха	0	95	5	0	100	0	10	90	0
Блуза	0	100	0	0	100	0	0	100	0
Топ	0	100	0	0	100	0	0	100	0
Кардиган	0	100	0	5	95	0	0	100	0
Джемпер	5	95	0	0	100	0	0	100	0
Худи	0	100	0	5	95	0	30	65	5
Свитшот	5	95	0	5	95	0	25	75	0
Поло	10	85	5	0	100	0	15	85	0
Лонгслив	20	60	20	15	85	0	60	40	0
Пуловер	15	80	5	10	90	0	5	95	0
Мом фит	30	60	10	25	75	0	70	30	0
Скинни	5	95	0	0	100	0	50	50	0
Карго	75	15	10	45	55	0	80	20	0
Клёш	5	95	0	0	100	0	5	95	0
Чиносы	70	25	5	35	60	5	65	35	0
Джоггеры	5	95	0	10	90	0	35	65	0
Кюлоты	15	75	10	10	90	0	35	65	0
Багги	65	25	10	55	45	0	75	25	0
Слоучи	40	50	10	40	60	0	65	35	0

Из Таблицы 2 видно, что наибольшее число толкований (100%) в группе школьников 13–14 лет получили следующие слова: *блуза, топ, кардиган, худи*. Информанты 19–25 лет максимальное количество толкований дают словам: *жакет, косуха, блуза, топ, джемпер, поло, скинни, клёш*. Все информанты 45–60 лет дают верные толкования наименованиям *блуза, топ, кардиган, худи, жакет* и *джемпер*.

Данные Таблицы 2 показывают, что процент отказов соотносится с количеством толкований. Наименьшее число верных толкований (менее 55%) и, соответственно, наибольший процент отказов в группе школьников 13–14 лет имеют слова: *анорак, блейзер, слоучи, чиносы, багги, карго*. Информанты 19–25 лет плохо знакомы со значением слов *карго* и *багги*. Информанты 45–60 лет затруднялись дать толкование словам:

анорак, мом фит, лонгслив, скинни, карго, чиносы, багги, слоучи.

Отметим, что школьники, в отличие от других групп информантов, дают большое число неверных толкований. Напомним, что, в отличие от других групп информантов, школьники не имеют профессионального отношения к сфере моды (они еще не работают в принципе). Кроме того, на неверное понимание информантами смысла лексических единиц может оказывать влияние знание иностранного языка (*багги* от англ. *bag* – сумка) и схожесть звуковых оболочек двух слов, одно из которых – стимул, другое – ложная реакция (*кюлоты* – вид обуви, *галoши*).

Неверные толкования в группах информантов профессионалов 19–25 и 45–60 лет представлены единичными реакциями: чиносы – *ботинки*; худи – *брюки*.

Семантические группы в толкованиях информантов

В полученных от информантов толкованиях названий предметов одежды было реализовано 2 090 семантических компонентов, которые были объединены в следующие группы:

- 1) особенности фасона;
- 2) гендерный признак;
- 3) стиль одежды;

- 4) функция и использование в определенной сфере деятельности;
- 5) вид/цвет ткани;
- 6) способ ношения, характер крепления на фигуре;
- 7) сезон, для которого предназначена одежда.

Частотный анализ групп реакций показал, что самыми объемными по количеству реакций оказались группы «Фасон» и «Ткань» (см. Рис. 1).

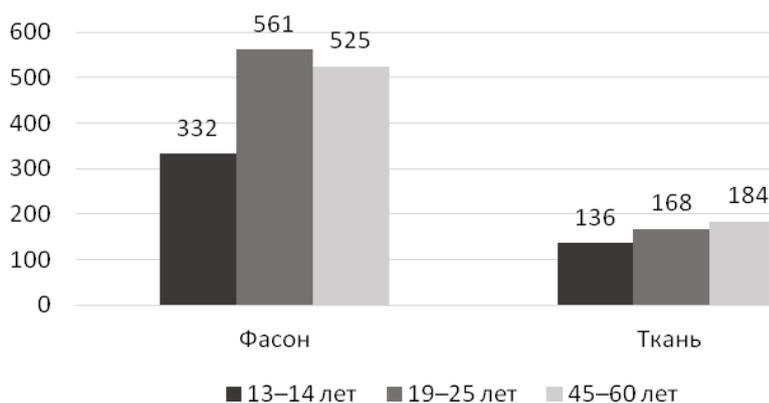


Рисунок 1. Частота семантических компонентов в группах «Фасон» и «Ткань», абс.

Как видно из Рисунка 1, семантические компоненты, описывающие фасон, оказались частотнее в толкованиях молодых информантов-профессионалов 19–25 лет и взрослых профессионалов 45–60 лет. Такое распределение реакций можно объяснить тем, что изучение модных нововведений профессионалами является условием их успешной карьеры в индустрии моды.

Группа «Ткань» является второй по численности реакций. Наибольшее количество семантических компонентов было выделено в толкованиях информантов 45–60 лет. Примечательно, что эксперимент показал появление эмоционального аспекта в толкованиях информантов-школьников 13–14 лет: респонденты не только указывают материал изделия, но и отражают личные впечатления от него, что проявляется в таких реакциях, как

удобная, тёплая, приятная и т. п. или в описании таких отличительных признаков предметов плечевой одежды, как *с рисунком, с принтом*.

На Рисунке 2 представлена частота семантических компонентов в менее частотных семантических группах «Гендер», «Стиль», «Функция», «Способ ношения» и «Сезон».

Взрослые информанты 45–60 лет наиболее часто указывают кому, мужчинам или женщинам, предназначены те или иные предметы одежды. Так, только женский гардероб характеризуют наименования *жакет, блуза, топ, кюлоты*; и мужской, и женский – *тренч, джемпер, поло, лонгслив, пуловер*. В данной группе представлена также четкая дифференциация предметов одежды по функции: *дождевой, ветрозащитная, для активного отдыха*.

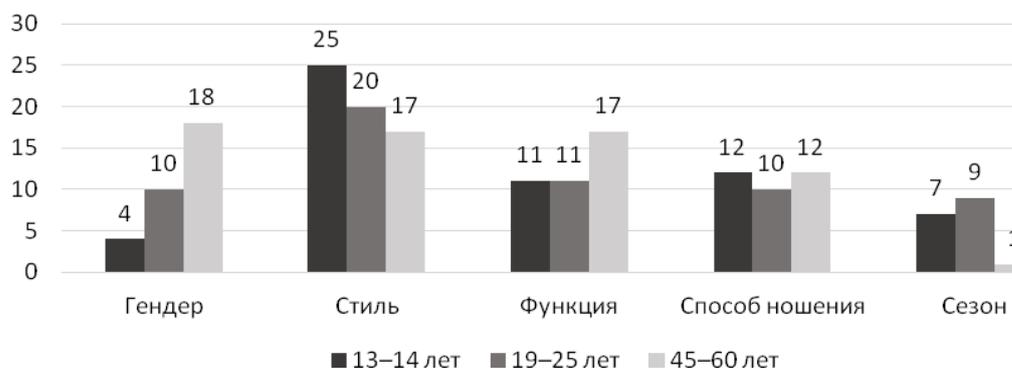


Рисунок 2. Частота семантических компонентов в группах «Гендер», «Стиль», «Функция», «Способ ношения», «Сезон», абс.

У школьников 13–14 лет актуализируется группа «Стиль». При этом стилевую отнесенность в их толкованиях приобретают преимущественно те предметы гардероба, которые являются составной частью школьной формы. Так, жакет – элемент делового стиля, классический стиль, официально-деловая кофта; блуза – относится к деловому стилю, официальная рубашка и т. п. Один и тот же предмет одежды может быть отнесен к разным стилям: свитшот – носится на повседневку, в спортивном стиле.

Такие семантические компоненты, как надевается через голову, надевается через верх, относящиеся к способу ношения и характеру крепления на фигуре, представлены практически равным числом реакций у всех групп информантов. Главные конструктивные особенности различных предметов одежды остаются постоянными и не зависят от изменений в сфере моды.

Группа «Сезон» характеризуется небольшим количеством реакций (см. Рис. 2). Это позволяет сделать вывод об универсальности большинства предметов одежды и зависимости их использо-

вания от погодных условий, а не от времени года. Наиболее часто семантические компоненты этой группы встречаются в толкованиях информантов 19–25 лет: парка – теплая зимняя или демисезонная куртка; тренч – на весну-лето, редко на осень; чиносы – летние свободные брюки.

Отличительной особенностью толкований информантов-профессионалов 19–25 и 45–60 лет является большое разнообразие семантических компонентов. При этом наименования в понимании информантов могут наслаиваться друг на друга, создаются ряды названий, где каждое последующее имеет большее число дифференциальных признаков: джемпер – кофта с рукавом → худи – кофта с рукавом, капюшоном и карманом кенгуру → свитшот – кофта с рукавом, без карманов, застежек и капюшона, с принтом).

Способы семантизации в толкованиях

Можно выделить несколько способов семантизации наименований предметов одежды, используемых информантами (см. Рис. 3).

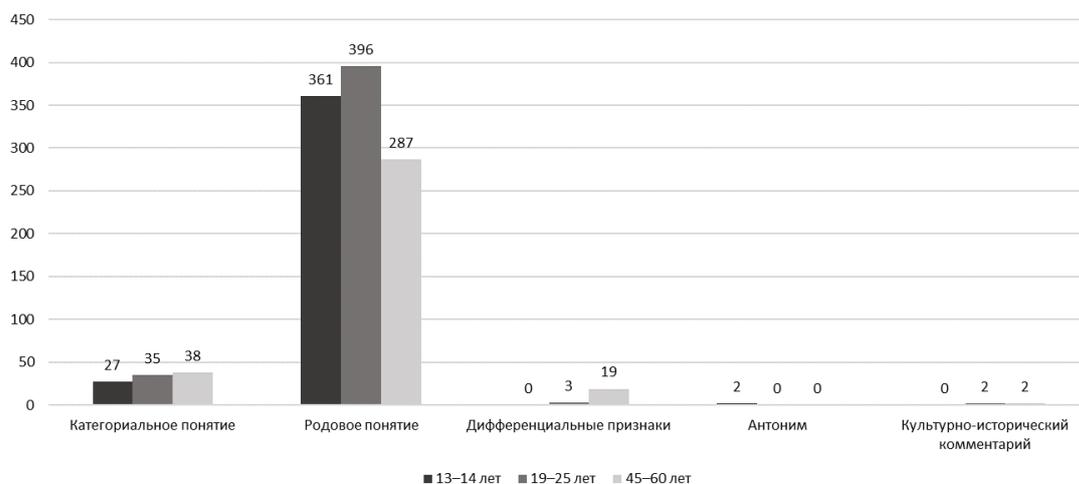


Рисунок 3. Частота способов семантизации наименований предметов одежды в толкованиях разных социальных групп, абс.

Как видно из Рисунка 3, наиболее частотным способом семантизации у всех групп информантов является указание на родовое понятие. Лексика моды представлена словами, которые давно закрепились в языке и традиционно используются информантами всех социальных групп. Отметим, что в толкованиях информантов для одного предложенного наименования одновременно могло быть использовано несколько родовых понятий. Наиболее употребительные родовые понятия: жакет, блейзер – пиджак; тренч – плащ; анорак, парка, бомбер, косуха – куртка; блуза – рубашка; поло – футболка; топ – футболка/майка; кардиган, джемпер, пуловер – кофта; худи,

свитшот – кофта/толстовка; лонгслив – кофта/футболка; мом фит, скинни – джинсы; карго, чиносы, багги – брюки; клёш, слоучи – джинсы/брюки; джоггеры, кюлоты – штаны/брюки.

Вторым по частотности способом семантизации стало указание на категориальное понятие (см. Рис. 3): предмет верхней одежды, изделие, вещь, одежда, вид одежды, верх. Почти одинаковое количество случаев толкования лексических единиц через категориальное понятие встретилось в анкетах информантов-профессионалов 19–25 и 45–60 лет. Несколько реже данный способ толкования использовали школьники 13–14 лет.

Немногочисленны случаи описания дифференциальных признаков предмета одежды (фасона, кроя, ткани): *шьется из футера (плотного трикотажа), не имеет капюшона и карманов, широкие, спортивные, подходят любой фигуре*. Использование описательного способа семантизации характерно только для групп информантов-профессионалов 19–25 и 45–60 лет (см. Рис. 3).

Взрослые и молодые информанты-профессионалы в единичных случаях раскрывали значения наименований предметов одежды через культурно-исторический комментарий (см. Рис. 3): *бомбер изначально – часть спортивной формы школьных команд в США; карго – имеют происхождение от униформы военных*.

Единичными реакциями представлен еще один способ семантизации. В группе школьников встретилось уточнение особенностей какого-либо предмета одежды через противопоставление с другим, т. е. с помощью антонима и дифференциальных признаков (см. Рис. 3). Использовались фразы типа *скинни в отличие от кюлот 4/4; мом фит шире, чем скинни*.

Выводы

Исследование функционирования лексических единиц тематической группы «Одежда» в сознании информантов разных социальных групп, описание семантики единиц, относящихся к этой тематической группе, а также способов их семантизации дают возможность, используя данные эксперимента по наивному толкованию, проиллюстрировать степень освоенности и понимания данных понятий информантами; позволяют проследить, какие из наименований составляют язык моды рассматриваемых говорящих коллективов.

Была выявлена разная степень освоенности наименований предметов одежды, а также разная степень их смысловой наполненности. Так, информанты 19–25 и 45–60 лет давали более развернутые толкования, в то время как школьники часто ограничивались указанием на родовое понятие.

В толкованиях информантов было выделено семь семантических групп, демонстрирующих важные и актуальные для них представления о предметах одежды; наиболее частотными оказались группы семантических компонентов «Фасон» и «Ткань». Именно данные компоненты отражают, очевидно, базовые представления информантов об особенностях повседневных предметов гардероба. Изменения фасона предмета одежды и ткани, из которого он выполнен, – те составляющие, которые свидетельствуют об изменении модных тенденций. Отметим, что

наиболее освоенными информантами оказались названия плечевой одежды. Семантика именно этих лексических единиц наиболее полно представлена в толкованиях информантов всех социальных групп.

Проведенный анализ способов семантизации наименований показал, что при толковании большей части лексических единиц информанты опираются на родовое понятие. Это демонстрирует отсутствие у них потребности в использовании заимствований (которыми является большая часть предложенных в анкете наименований). Представление о предмете одежды формируется исходя из категории и рода вещей, к которым она относится.

Список источников

Национальный Стандарт Российской Федерации «Изделия швейные и трикотажные» ОКС 59.060.01 от 01.01.2013 – ГОСТ Р 54393-2011. [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200102422> (дата обращения: 06.11.2021).

Список литературы

Абрамова И.Ю. Лексико-семантическая группа «Одежда» в русском языке XXI века: полисемный аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук. В. Новгород, 2020. 23 с.

Андреева Р.П. Энциклопедия моды. СПб.: Литера, 1997. 409 с.

Брейтер М.А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы. Владивосток: Диалог, 1997. 205 с.

Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. М.: Университет, 2010. 228 с.

Курсанова Р.М. Костюм в русской художественной культуре 18 – первой половины 20 вв.: (опыт энциклопедии). М.: Большая Российская энциклопедия, 1995. 383 с.

Крысин Л.П. Иноязычные слова в современной жизни // Русский язык конца XX столетия / отв. ред. Е.А. Земская. М.: Языки русской культуры, 1996. С. 142-161.

Крысин Л.П. Русское слово: свое и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике. М.: Языки славянской культуры, 2004. 883 с.

Кулакова Н.В. Наименования одежды в языке А.С. Пушкина: лексикографический и функционально-стилистический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2000. 24 с.

Маркова Е.М. О принципах наименования одежды в русском языке // РЯШ. 1990. № 4. С. 38–42.

Матосян Я.С. Основные тенденции формирования и функционирования номинаций понятийной сферы «одежда и мода» в русском языке XX – XXI вв.: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Краснодар, 2008. 26 с.

Михеева М.А. Социальные функции костюма: костюм в предметной и культурной среде: дис. ... канд. филол. наук. Н. Новгород, 2009. 178 с.

Серебрянников Б.А., Уфимцева А.А. Языковая номинация. Общие вопросы. М.: Наука, 1977. 360 с.

Терешкович Т.А. Словарь моды: терминология, история, аксессуары. Минск: Хэлтон, 1999. 459 с.

Тихомирова А.В. Ассоциативно-деривационная и фразеологическая семантика наименований одежды в русской языковой традиции: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2013. 28 с.

Тригуб Л.Г. Процесс заимствования в сфере моды и одежды как фактор межкультурной ком-

муникации // Уч. зап. Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Филология. Социальные коммуникации. 2001. Т. 24, № 2, ч. 1. С. 219–223.

Филин Ф.П. О лексико-семантических группах слов // Филин Ф.П. Очерки по теории языкознания. М.: Наука, 1982. С. 227–239.

Шапиро Б.Л. Сословный женский костюм XVIII – начала XX вв. по материалам сговорных записей и росписей приданого // Женская традиционная культура и костюм в эпоху Средневековья и Новое время: матер. научно-образовательного семинара / сост., ред. Ю.В. Степанова, науч. ред. Н.В. Жилина; Твер. гос. ун-т. Тверь, 2015. С. 84–102.

Шапиро Б.Л. Русский костюм: между царством и империей // История: факты и символы. 2017. № 12(3). С. 132–139.

SEMANTICS AND FUNCTIONING OF THE LEXEMES OF THE “CLOTHES” THEMATIC GROUP

Anna M. Isakova

Laboratory assistant, Theoretical and Applied Linguistics Department
Perm State University

The paper analyzes the semantics of names of clothes basing on the example of 25 lexical items, and describes the way they function in naïve consciousness of native Russian speakers. Comparison of these units' usage by different age groups reflects the knowledge and perceptions that represent a specific fashion language of the speaking groups considered. The semantics of clothes names described by the participants, the scope of the received interpretations, as well as the analysis of naïve semantization means allow to reveal knowledge about the world based on everyday concepts formed by the consciousness of native speakers.

Keywords: clothes; clothes fashion; names of clothes; thematic group.