

**СТЕПЕНЬ МОТИВИРОВАННОСТИ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕМ  
В ТЕМАТИЧЕСКОМ ПОЛЕ «ОДЕЖДА»  
(на материале русского и английского языков)**

*Работа представлена кафедрой теории и практики перевода  
Пятигорского государственного лингвистического университета.  
Научный руководитель - доктор филологических наук, профессор А. Ф. Артемова*

Статья посвящена проблемам мотивированности культурно-маркированных слов в тематической группе «одежда» в английском и русском языках. Проведенное исследование, основанное на межкультурном сравнительном анализе, позволило выделить основные принципы номинации в данной группе.

The article focuses on motivation of culturally marked words in the «clothes» theme group both in the English and Russian languages. The conducted research based on a comparative cross-cultural analysis makes it possible to distinguish basic nominative principles in the group under consideration.

Проблема соотношения и взаимосвязи языка и культуры всегда вызывала значительный интерес многих лингвистов, которые, несмотря на своеобразие подходов к

данному вопросу, рассматривают культуру и язык во взаимодействии.

Каждый язык имеет собственный способ отображения действительности, который

выражается в общей для всех его носителей национально-специфичной системе взглядов, что приводит к разному видению мира носителями разных языков. Человек интерпретирует мир, отображая действительность в языке, формируя языковую картину мира при помощи всех сторон своей психической деятельности, начиная с ощущений и представлений и заканчивая мышлением и самосознанием. Язык «навязывает видение мира, сохраняет и воспроизводит набор основных, наиболее важных значений национальной культуры»<sup>1</sup>.

Слова с особыми культурно-специфическими значениями отражают не только образ жизни, характерный для языкового коллектива, но и образ мышления<sup>2</sup>. Итак, национальная специфика в семантике языка является результатом действия экстралингвистических факторов - культурных и исторических особенностей развития народа.

В нашем исследовании мы прежде всего рассматриваем те наименования, в которых возможно вычленить национальный компонент значения, не обращаясь к этимологии слова. При всех общих условиях в жизни каждого народа есть свойственные, только ему присущие реалии культуры, быта, среды, которым в иной культуре (и понятийной системе) соответствуют полные или частичные пробелы<sup>3</sup>. Каждый язык обладает определенным количеством единиц с национально-культурным компонентом значения, к которым, помимо фразеологизмов, топонимов и т. п., относится и предметно-бытовая лексика, в частности наименования одежды. Для обозначения подобного рода единиц мы вслед за большинством авторов используем термин «лингвокультурема», так как, на наш взгляд, он наиболее полно отражает единство языка и культуры в слове. Изучая лингвокультуремы, мы имеем возможность выявить особенности восприятия и отражения мира носителями разных языков.

Критерием отбора лексических единиц тематической группы «одежда» послужило

наличие у них семантического признака «одежда». Само слово *одежда (clothes)* неоднозначно и в русском, и в английском языках. В толковом словаре В. И. Даля дано, к примеру, следующее определение: «одежда - все, чем человек одевается, платье, облачение, округа; или кроме шапки, рукавит \ и обуви»<sup>4</sup>. В «Новом словаре русского языка» Т. Ф. Ефремовой «одежда - 1) совокупность предметов (из ткани, меха, кожи и т. п.), которыми покрывают тело или надевают на него; 2) часть таких предметов, исключая белье, обувь, головные уборы; 3) то, что надето на ком-либо или во что одет кто-либо». В «Словаре русского языка» С. И. Ожегова одежда определяется как «1) совокупность предметов, которыми покрывают; облекают тело: зимняя о., магазин мужской и женской о.»<sup>5</sup> В «ТЪс Oxford English Dictionary»): «clothes - covering for the person; wearing apparel, dress, raiment, vesture»<sup>6</sup>.

Так как во всех определениях в первое значение входит совокупность предметов, одеваемых на тело, мы под лексемой «одежда» в нашем исследовании понимаем не только одежду в виде брюк, платья и т. п., но и головные уборы, обувь, белье и т. д.

На современном этапе развития отечественного языкознания наименования с национально-культурной семантикой изучаются как в семасиологическом, так и в лингвокультурологическом плане. В настоящей работе, опираясь на исследования, проведенные в данном направлении, мы пытаемся определить, какими конкретно компонентами определяются национально-культурные особенности слова.

Названия одежды как английского, так и русского языков в синхроническом разрезе можно разделить на две группы: 1) названия первичной номинации и 2) названия вторичной номинации. Первичные процессы номинации - редкое явление в современных языках. Номинативный инвентарь языка пополняется в основном за счет заимствований или вторичной номинации. Ос-

новная роль здесь принадлежит ассоциативному характеру человеческого мышления, когда в актах вторичной номинации устанавливаются ассоциации по сходству или по смежности между некоторыми свойствами элементов внеязыкового ряда, отображенными в уже существующем значении имени, и свойствами нового обозначаемого, называемого путем переосмысления этого значения. Данное переосмысление проходит с использованием так называемых фоновых знаний, которые находят свое выражение в компонентах значений слов или их внутренней форме.

В лингвистике наименования первичной номинации также определяются как немотивированные термины, они воспринимаются носителями языка как «первообразные», и определить способ или мотив из образования можно только при помощи этимологического или исторического анализа. Так как мы не ставим себе цель проводить такого рода анализ, основное внимание в нашей работе будет уделено вторичной номинации, результаты которой воспринимаются как производные по морфологическому составу или по смыслу.

С понятием вторичной номинации неразрывно связано понятие мотивированности. Под мотивированностью принято понимать «свойства слова, связь звучания и значения которого объяснена посредством соотнесения данного слова с однокорневым и/или одноструктурными образованиями»<sup>7</sup>. Мотивированные слова наиболее ярко выражают национальную специфику языка и напрямую связаны с языковым сознанием его носителей. Как правило, в основу наименования предметов одежды ложится один или несколько наиболее заметных признаков вещи, любая особенность, характеризующая тот или иной предмет. По мнению Д. Н. Шмелева, «названия предметов, созданных человеком, функционально ориентированы в семантическом отношении. Что касается внешнего вида именуемых предметов, в качестве мотивирующих при-

знаков могут выступать материал, форма, цвет и т. п.»<sup>8</sup>

Мотивирующий признак в лингвистической литературе определяется как «достаточно характерный»<sup>9</sup> и «наиболее броский»<sup>10</sup>. При этом носители языка без труда могут определить принцип номинации данного объекта. Так, например, для нас не составит труда установить принцип образования таких названий одежды английского языка, как *soaker* (от *soak* - впитывать) - непромокающие детские трусики (подгузник), *skullcap* (от *skull* - череп) - тубетейка и т. п.

В *ірунну* вторичной (мотивированной) номинации названий одежды входят, как правило, слова, появившиеся на поздних этапах развития английского и русского языков, а потому они в подавляющем большинстве понятны для современного носителя языка.

Исходя из особенностей мотивации, названия одежды вторичной номинации и в русском и в английском языках можно разделить на две группы: 1) названия одежды, образованные в процессе прямой номинации (мотивирующий признак выражен непосредственно, корневой морфемой слова) и 2) номинация названий одежды, основанная на переносном значении (опосредованная номинация, мотивирующий признак выражен через ассоциацию с другим, уже существующим словом). Обобщив мотивирующие признаки, можно сформулировать принцип номинации как «исходное положение, правило, которое формируется на основе обобщения мотивированных признаков говорящим коллективом и одновременно служит отправной базой для новых наименований».

К первой группе относятся наименования одежды, название которым были даны через основные признаки, особенности или функции предметов: *sweater* (от *sweat* - потеть) - свитер; *snuggles* (от *snuggle* - плотно прижиматься) - колготы.

Во вторую группу входят названия одежды, образованные на основе ассоциа-

тивно-семантического принципа и метафоричности: broom-stick skirt (от broom-stick - ручка метлы) - юбка-карандаш; stovepipe (от stovepipe - железная дымовая труба) - цилиндр.

Мы исследуем тематическую группу «одежда» прежде всего на мотивологическом уровне путем мотивационно-сопоставительного анализа лексических единиц данной группы в английском и русском языках. Как известно, любая языковая картина мира состоит из семантических континуумов. Однако каждое национальное языковое сознание избирает собственные способы членения этих континуумов. Эти способы определяются тем, какие понятийные сферы привлекаются для обозначения одежды в русском и английском языках, какие образы и понятия закреплены в их внутренних формах, по каким направлениям осуществляется мотивация лексики.

В ходе проведенного мотиваг дионно-сопоставительного анализа было обнаружено, что мотивация лингвокультурем, обозначающих одежду подчиняется определенной закономерности как в русском, так и в английском языках и осуществляется по схожим номинативным принципам, связывающим наименования одежды с конкретной семантической областью. Это объясняется тем, что по большей части одежда универсантиа для обоих сопоставляемых языков, однако форма выражения наименований предметов одежды различна вследствие отличия языковых картин мира английского и русского языков. На основе мотивировочных признаков в исследуемой тематической группе в английском и русском языках нами было выделено 10 и 13 групп принципов номинативности соответственно (в скобках указан процент лингвокультурем данной группы от общего числа мотивированных лингвокультурем в исследуемой тематической группе):

1) по используемому материалу (8:11):

*jeans* (denims) - брюки из джинсовой ткани (денима); *кожанка* (от «кожа») - кожаная куртка или короткое кожаное пальто;

2) по названию частей человеческого тела (4:6):

*waist* (от waist - талия) - корсаж; *рукавица* (от «рука») - род перчатки, с отделением только для большого пальца;

3) по социальной, национальной и профессиональной принадлежности (20:11):

*boater* (от boat - лодка) - шляпа лодочников (в рус. (канотье от (pp.) - мужская, обычно соломенная шляпа с низкой тульей); *финка* (от «финн») - круглая плоская шапка с меховым околышем, опускающаяся сзади и с боков;

4) по цели использования вещи (назначение) (9:18):

*body-shaper* (от to shape one's body) - трикотажная грация, утягивающая фигуру; *телогрейка* (от «греть» + «тело») - короткая теплая кофта (обычно без рукавов);

5) по образу действия (1:8):

*combination* (от to combine - объединять) - женское белье в виде рубачки, надеваемое непосредственно под платье; *стойка* (от «стоять») - стоячий воротник в виде узкой, облегавшей шею полоски;

6) по местонахождению (16:4):

*Oxford shoe* (от Oxford - название университета) - полуботинок на шнурке; *панамма* (от названия полуострова Панамы) - летняя широкополая соломенная или матерчатая шляпа;

7) по форме (20:19):

*bloomers* (от bloomer - батон) - широкие брюки на резинке у голени; *бабочка* (от «бабочка») - галстук в виде банта;

8) по способу ношения (9:8):

*underwear* (under - низ + wear - носить) - нижнее белье; *босоножки* (от «босые» + «ноги») - легкие летние дамские туфли с открытым задником и носком;

9) по наличию/отсутствию какой-либо детали (1:6):

*button-through-dress* (от button - пуговица, through - сквозь, dress - платье) - платье на пуговицах; *безрукавка* (от «без» + «рукав») - кофта или куртка без рукавов;

10) по свойству (12:4):

*lights* (от *tight* - тугой) - колготки; *распашонка* (от «распахиваться») - рубашка для младенцев без пуговиц, с разрезом на спине или груди;

11) по способу производства (0:5);

*дубленка* (от дубить) - пальто из кожи, выделанной дублением;

12) по возрасту и половой принадлежности;

13) по времени года/суток.

Две последние группы были отмечены нами в процентном отношении как нулевые, поскольку к группе, сформированной на основе мотивировочного признака половой/возрастной принадлежности, можно было бы отнести практически все лингвокультуремы исследуемой тематической группы как русского, так и английского языков. Для этого достаточно лишь дополнительно использовать определение *man* - мужской, *woman* - женский или *child* - детский соответственно. Затруднения при попытке проведения границы по половому признаку между лингвокультуремами-наименованиями одежды можно объяснить тенденцией современной моды к стилю унисекс, в котором нет разделения на мужскую и женскую одежду. В данном случае легче анализировать наименования первичной номинации, которые в сознании носителей языка вызывают устойчивые ассоциации по половому признаку. Однако и здесь есть свои нюансы. Например, слово *юбка* в русском языке совершенно точно может быть отнесено к группе женской одежды, но слово *kilt* (*кшит*) - юбка солдата шотландского полка, в принципе разновидность той же юбки, ни при каких обстоятельствах не будет идентифицировано ни носителями русского, ни носителями английского языков как имеющее признак *женский*.

Данное положение справедливо и в отношении группы лишвокультурем, образованных на основе мотивировочного признака «время суток/года», куда можно отнести практически любую лексическую единицу тематической группы «одежда». Для

этого достаточно использовать соответствующее определение: ночной (-ая) (*night*), вечерний (-я) (*evening*), утренний (-я) (*morning*), зимний (-я) (*winter*), летний (-я) (*summer*) и т. д.

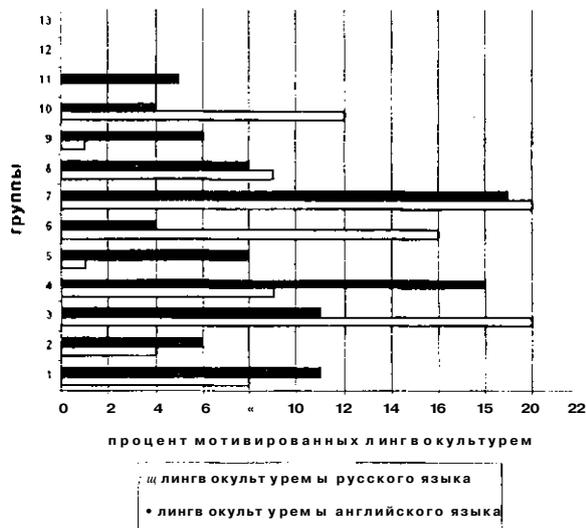


Рис. 1. Систематизация лингвокультурем по мотивировочному признаку

Данные эксперимента показывают значительное расхождение в систематизации лингвокультурем по мотивировочному признаку (рис. 1), что распространяется не только на количество групп принципов номинации, но и на их качественную составляющую.

Количественный анализ наполнения этих групп показал, что, несмотря на относительную однородность распределения русских и английских наименований одежды по семантическим зонам, каждый из сопоставляемых языков проявляет свои особенности. В качестве отличительной черты русского языка можно отметить тенденцию к отражению в наименованиях одежды способа производства предметов одежды. Данный мотивировочный признак, хотя и представлен в русском языке лишь 5% лингвокультурем исследуемой тематической группы, в английском языке отсутствует полностью. Русский язык также демонстрирует большее стремление к отражению в названиях одежды мотивировочного признака

«назначение вещи», в то время как в английском языке таких групп несколько. Это группы, сформированные на основе мотивировочных признаков «социальная и профессиональная принадлежность», «место» и «свойство».

В сознании носителей русского и английского языков одежда в меньшей степени ассоциируется с названиями частей человеческого тела. Такие категории, как «материал», «способ ношения» и «форма», представлены в языках исследования в равной степени. Последняя является еще и наиболее объемной по количеству представленных в ней лингвокультурем в обоих языках.

В отличие от русского языка в английских наименованиях одежды, которые были отмечены национально-культурным компонентом, в значительно большей степени получили свое отражение имена собственные (Macintosh (от им. изобретателя) непромокаемый плащ; jack (от имени собственного Jack) – солдатская кожаная куртка без рукавов).

Результаты этнолингвистического анализа показывают высокую степень антропоморфизма лексики сопоставляемых языков, где наибольшее число лингвокультурем связано с физическими признаками человека, его свойствами и деятельностью. Помимо этого, в тематической группе «одежда» в английском языке в сравнении с русским языком очень велика доля топонимов (Oxford shoe (от Oxford - название университета) - полуботинок на шнурке; Bermuda shorts (от Bermuda название острова) - шорты-бермуды), что, вероятно, свидетельствует о скрупулезности английского языкового менталитета, который стремится с максимальной точностью отразить все реалии окружающего мира.

В целом на основе результатов исследования степени мотивированности лингвокультурем тематической группы «одежда» в английском и русском языках можно выделить ряд базисных положений, которые, на наш взгляд, имеют огромное значение при рассмотрении данной проблемы.

Во-первых, хотелось бы заметить, что тематическая группа наименований одежды в английском языке более объемна и многообразна по сравнению с аналогичной группой в русском языке. Из 200 исследованных нами лексических единиц тематической группы «одежда» в русском языке 44% образованы вторичной номинацией и являются мотивированными, а следовательно, и культурно-маркированными. В то время как в английском языке тематическая группа «одежда» представлена более чем 400 лексическими единицами, из которых мотивированными являются около 50%. Полученные данные свидетельствуют о том, что английский язык более дробно, чем русский, обозначает реальность. Это, в свою очередь, служит показателем того, что любой язык обладает номинативной самодостаточностью и может обозначать любой участок объективной реальности, но при этом результаты языковой актуализации, как правило, отличаются в количественном и качественном отношении. Данное явление можно объяснить с позиции того, что язык является неотъемлемой частью национального менталитета, образа жизни и национальной истории. В результате проведенного исследования мы пришли к заключению, что культурный компонент находит свое выражение в специфике номинативной системы каждого языка и ее отдельных участков, что и показало наше исследование.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

<sup>1</sup> Апресян Ю. Д. Образ человека по данным языка: попытка системного описания // Вопросы языкознания. 1995. № 1. С. 38.

<sup>2</sup> Ощепкова В. В. Язык и культура Великобритании, США, Канады, Австралии, Новой Зеландии. М.; СПб.: ГЛОССА/КАРО, 2004. С. 88.

<sup>3</sup> Там же. С. 89.

<sup>4</sup> *Даль В. И.* Толковый словарь живого великорусское) языка. М.: Русский язык, 1980. Т. 2. С. 650.

'• *Ожегов С. И.* Словарь русского языка / Под ред. чл.-корр. АН СССР Н. Ю. Шведовой. 18-е изд., стереотип. М.: Русский язык, 1986. С. 380.

'The Oxford English Dictionary. Volume II С. Oxford, 1961. P. 167.

<sup>1</sup> *Блинова О. И.* Русская диалектология. Лексика: Учеб. пособие. Томск: Изд.-во Томск, ун-та, 1984. С. 66.

<sup>8</sup> *Шмелев Д. Н.* Проблема семантического анализа лексики (на матер, рус. яз). М.: Наука, 1973. С. 234 - 235.

<sup>9</sup> *Коготкова Т. С.* Русская диалектная лексикология (состояние и перспективы). М.: Наука, 1979. С. 269.

<sup>10</sup> Языкознание: БЭС / Подред. Н. В. Ярцевой. М.: Большая российская эшгиклопедия, 1998. С. 336.

<sup>II</sup> *Блинова О. И.* Лексическая мотивированность и некоторые проблемы региональной лексикографии // Вопросы изучения лексики русских народных говоров (Диалектная лексика). Л.: Наука, 1972. С. 99.