

УДК 81.373.45

**«МОДНЫЕ» СЛОВА НЕ В МОДЕ, ИЛИ ОБ ОСВОЕНИИ ЗАИМСТВОВАНИЙ  
ЛЕКСИЧЕСКОЙ ГРУППЫ «ОДЕЖДА»**

*Чабаненко Т. С.*

Таврическая академия (структурное подразделение)  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»,  
Симферополь, Россия  
e-mail: kostina-tatyana@mail.ru

В статье рассматривается одна из актуальных проблем современной лингвистики – активное проникновение в русский язык и освоение в нем заимствований, среди которых преобладают англицизмы. Автор на примере лексической группы «одежда» показывает, как и когда новые слова входят в русский язык, отмечает, какими процессами это сопровождается. Доказывается, что в наше время заимствования быстрее проходят путь от проникновения в язык до закрепления в толковых словарях. Этому способствуют многочисленные письменные фиксации и достаточно частое обновление словарей. Отмечено, что закрепление в словаре новых лексем и новых семем у уже существующих слов происходит с разной скоростью. Особое внимание уделено освоению заимствований носителями языка. Для получения достоверной информации сопоставлены данные различных источников, а также проведено анкетирование. Результаты исследования позволяют утверждать, что в наше время отнюдь не всегда фиксация или не фиксация новой лексемы в словаре свидетельствует о ее реальном освоении говорящими на русском языке. А нынешний уровень освоения заимствованных наименований одежды может рассматриваться как благоприятное условие для подбора русских аналогов иноязычным названиям.

**Ключевые слова:** заимствование, англицизмы, лексема, одежда, носитель языка.

**ВВЕДЕНИЕ**

Тема заимствований – одна из давно исследуемых в лингвистике. Интерес к ней повышается всегда, когда язык переживает эпоху активного пополнения за счет иноязычных слов. Происходит это обычно в периоды бурных социальных, экономических, политических, научно-технических перемен. Процесс глобализации и повсеместного распространения западной культуры, бурное развитие научно-технического прогресса, в котором передовые позиции опять-таки занимают западные страны, последние несколько десятилетий двигают поток заимствований в различные языки. Поэтому не удивительно, что проблема иноязычной лексики привлекает внимание ведущих лингвистов разных стран, в том числе и русских. Среди них Ю. Д. Апресян, Э. Ф. Володарская, В. Н. Караулов, В. Г. Костомаров, Л. П. Крысин, Х. Пфандль и др.

Заемствование на современном этапе имеет несколько отличительных черт. В первую очередь, это, по сути, один источник иноязычной лексики – английский язык, обычно в его американском варианте. Количество новых англицизмов велико, точнее сказать, огромно: В. А. Козырев указывает, что за 15 лет в русский язык вошло около 30 тысяч слов [6, с. 54]. Не удивительно, что приток заимствований сравнивают с потоком, наводнением и т. п.: «Современный русский язык буквально наводнен словами английского происхождения» [4, с. 45]. Наиболее активно пополняются семантические группы, связанные с компьютерной техникой, бизнесом, экономикой и менеджментом [3, с. 102]. Еще одна особенность заимствования в последние десятилетия заключается в том, что множество англицизмов проникает в разные языки, т. е. с одинаковым явлением сталкиваются в одно и то же время в различных странах. Растут и темпы освоения новой лексики. Слова, совсем, кажется, недавно пришедшие в русский язык (*смартфон, селфи, гироскутер, блэкаут, брексит, флешмоб* и др.), активно используются людьми разных профессий и возраста, звучат с телеэкранов, входят в словари. Быстрому вхождению нового слова в язык, в том числе приспособлению к его грамматической системе, способствует широкий доступ к информации: «Интернет, электронные издания, социальные сети за очень короткий срок превращают чужое, непривычное для русского языка слово в знакомое» [17, с. 3].

Заемствование – естественный процесс, он помогает обогащать словарный состав языка, избегать многозначности, уточнять и детализировать понятия, заменять двучленные или многочленные понятия одночленными и т. д. В то же время стремительный рост иноязычных слов в языке может приводить к проблемам. В. Г. Костомарову заимствования конца XX века «напоминают опухоль в словарном организме, который не успевает создавать им противоядие или перерабатывать их» [7, с. 64]. Ю. Д. Апресян говорит о появлении безобразного феномена американизированного молодежного сленга, о том, что взаимодействие русской и мировой культуры «приобрело уродливую форму копирования или калькирования» [13, с. 52]. М. А. Кронгауз в принципе не против заимствований, но хочет, чтобы русский язык успевал их освоить [8]. Как отмечает В. А. Козырев, «уровень

освоенности заимствований, большинство из которых достаточно часто используются не только в публицистике и научном стиле, но и в обиходной речи, невысок. Во многих случаях наблюдается приблизительное знание значения слова, при котором усвоены лишь некоторые компоненты значения или только часть семантической структуры многозначного слова» [6, с. 58]. В то же время семантическое освоение иноязычного слова, т. е. «определенность значения, дифференциация значений и их оттенков между существовавшими в языке словами и появившимся иноязычным словом» [9, с. 44] относят к важным признакам ассимиляции чужого слова в языке.

### **ИЗЛОЖЕНИЕ ОСНОВНОГО МАТЕРИАЛА**

**Цель** данной работы – определить уровень освоения заимствований на примере семантической группы «одежда». Эти названия не так часто мелькают в новостных лентах, зато регулярно встречаются на полках магазинов одежды, в модных журналах. Недаром Н. И. Клушина в статье «Обогащение языка или наполнение лексикона?» отмечает, что нам необходимы названия как новых технологий, так и одежды: «Конечно, мы не можем обойтись без модных свитшотов, селфи и смартфонов» [5, с. 67]. И действительно, свитшот, пожалуй, найдется в гардеробе почти каждого, будь то мужчина или женщина. Но знают ли об этом те, кто свитшот носит?

**Объектом** исследования выступили заимствованные слова, **предметом** – заимствованные названия женской одежды.

В современном мире приобрести ту или иную вещь можно не только в магазине или на рынке. Все большие темпы набирает торговля через Интернет, где вещи группируются именно по своему названию. Поэтому картотеку для исследования мы формировали, изучив популярные сайты по продаже одежды. В наш словарь вошли 27 лексем: *анорак, бермуды, блейзер, боди, бойфренды, бомбер, бриджи, джеггенсы, джемпер, капри, кардиган, кигуруми, кейп, кроп-топ, кюлоты, леггинсы, лонгслив, парка, пуловер, свитшот, тайтсы, твинсет, тренкот, туника, поло, худи, чинос.*

Они различаются происхождением, периодом вхождения в русский язык, степенью освоения.

С точки зрения **происхождения** большинство слов, как ожидалось, пришло из английского языка. Исключение составляют: *анорак* (данные о происхождении разнятся, в качестве языка-первоисточника указывается эскимосский [10], далее – через французский [10] или английский [2]; на сайтах, посвященных моде, также предлагают вариант заимствования из гренландского); *бермуды* (из немецкого через французский язык); *кигуруми* (японский язык); *кюлоты* (французский язык); *парка* (ненецкий язык); *туника* (латынь). Отметим, что все эти лексемы, за исключением *кигуруми*, появились в русском языке ранее XX века.

Изучение **истории распространения** тех или иных видов одежды позволило сделать несколько наблюдений. Во-первых, некоторые наименования за время существования в русском языке стали обозначать одежду, совсем не похожую на первоисточник. Например, *кюлоты* ранее «дворянская одежда: мужские штаны длиной до колена, поверх которых носили буфоны, превратившиеся в валики у бедер» [1, с. 228]. Сейчас кюлотами принято называть «короткие узкие брюки до икр» [17, с. 225]. Как видим, лексическое значение подверглось трансформации, а звуковая оболочка сохранилась. Во-вторых, большинство исследуемых видов одежды появилось достаточно давно, в XIX – XX веке (*бермуды*, *боди*, *лонгслив*, *кардиган*, *пуловер*, *свитшот* и др.), а некоторые и раньше (*бриджи* – XVII в., *кюлоты* – XVI в., *туника* – IV в.). Лишь немногие наименования (например, *джеггинсы*, *кигуруми*, *кноп-топы*) возникли в конце XX или в начале XXI века. Целый ряд модных ныне моделей появился как спецодежда военных (*бермуды*, *бомбер*, *тренкот*, *чинос* и др.) или спортсменов (*блейзер*, *джерпер*, *поло*, *свитшот* и др.), а затем уже получил всеобщую распространенность, следовательно, стал заимствоваться из языка-первоисточника в другие языки. Иными словами, период появления новой одежды и время заимствования ее названия в другие языки могут как быть близкими (что чаще касается совсем новых наименований), так и существенно различаться.

**Вхождение** лексемы в русский язык можно определить по его употреблению в разговорной речи, в письменных источниках и, конечно, по закреплению в словарях.

Отметим, что ряд наименований уже не менее века используется в русском языке, о чем говорит фиксация таких слов, как *джерсер*, *пуловер*, *туника* (последнее, правда, как одежда древних римлян), уже в «Толковом словаре русского языка» Д. Н. Ушакова. На словарной дефиниции туники отразилась, видимо, история ее распространения. В Европе туника входила в моду в период расцвета стиля ампир, во второй половине XVIII в. Эти слова можно встретить и в словарях начала XIX в. Так, у А. Д. Михельсона в словаре «Объяснение 7000 иностранных слов, вошедших в употребление в русский язык» 1861 г. читаем: туника – «теперь короткая юбка у женского платья, покрывающая другую, длинную юбку» [11, с. 345]. А в «Новом полном словаре иностранных слов, вошедших в русский язык» 1912 г. Е. Ефремова под ред. И. А. Бодуэна де Куртенэ отмечается, что туника – это «свободное длинное нижнее платье у женщин без рукавов» [12, с. 500]. В XIX в. и в первой половине XX в. туника была забыта модницами, и только в конце XX в. снова стала популярной. Л. В. Орленко в «Терминологическом словаре одежды» 1997 г. пишет, что сегодня эта одежда в моде и представляет собой «нечто среднее между платьем и блузой: для платья она коротка, для блузки – слишком длинна» [15]. Таким образом, с одной стороны, *туника* – слово, давно известное русскому языку, с другой стороны, в последние годы у него сформировалось новое лексическое значение.

Подобная история и у существительного *парка*. Сама лексема вошла в русский язык достаточно давно: она фиксировалась и в «Толковом словаре живого великоросского языка» В. И. Даля, и в «Малом академическом словаре», но только как зимняя одежда народов Сибири. Эта одежда стала прародительницей современной теплой удлиненной куртки с несъемным капюшоном, пережившей пик популярности в Европе в 70-80-х гг. XX в. и вновь возвратившейся в моду в конце 90-х гг. В «Словаре иностранных слов» Н. Г. Комлева 2000 г. издания слова *парка* нет, а в издании 2006 г. находим такое толкование: «стеганая утепленная удлиненная куртка с капюшоном, обычно с верхом из плотной водоотталкивающей ткани» [15]. Таким образом, можем говорить о том, что новое лексическое значение существительного *парка* недавно вошло в русский язык.

Более полувека известны русскому языку *бриджи*. Встречаем эту лексему в Малом академическом словаре, в «Словаре иностранных слов» под ред. И. В. Лехина и Ф. Н. Петрова (1949 г.) и в других, более поздних изданиях.

Ряд лексем вошел в словари в конце XX в. *Анорак, бермуды, блейзер, кардиган, легинсы* находим в «Большом толковом словаре русского языка» под ред. С. А. Кузнецова (1999 г.); *капри* – в толковом словаре Т. Ф. Ефремовой (2000 г.). Отметим, что в употреблении некоторые из этих слов появились еще в советскую эпоху. Говоря о *блейзере*, невозможно не вспомнить модницу Верочку из «Служебного романа», вышедшего на экраны в 1977 г. *Анорак* встречаем у В. Аксенова в книге «Остров Крым» и в других произведениях. На рубеже 80-х – 90-х гг. входят в употребление *бермуды, кардиган: Такие брюки называются «бермуды», такая майка называется «олимпийка», сумка тоже как-то называется...* (Л. Матвеева, «Продленка», 1987 г.); *Чисто вымытое лицо, почти без косметики. Шифоновая блузка. Белая. И кардиган с пуговицами* (И. Бродский, «Коллекционный экземпляр», 1991 г.).

С середины 90-х гг. в национальном корпусе русского языка (НКРЯ) фиксируется слово *леггинсы*: *Сотрудницу министерства Андрееву, жизнерадостную толстушку в обтягивающих леггинсах и длинном свитере, они отловили уже вечером, приехав к ней домой* (А. Маринина, «За все надо платить», 1995 г.). И в словарях, и в национальном корпусе заметны колебания в написании слова: *легинсы* или *леггинсы*. Энциклопедия и словарь моды, словари иностранных слов предлагают вариант *леггинсы*, а толковые словари С. А. Кузнецова и Т. Ф. Ефремовой – *легинсы*. В книге «Самый новейший толковый словарь русского языка XXI века» Е. Н. Шагаловой 2011 г. оба варианта указаны как равнозначные. В НКРЯ и в других интернет-источниках чаще встречаем написание *леггинсы*. Таким образом, отмечаются колебания в правописании нового слова.

Не встретился в толковых словарях, однако есть в «Терминологическом словаре одежды» Л. В. Орленко 1996 г. и в «Энциклопедии моды» Р. П. Андреевой 1997 г. *тренчкот* – плащ или пальто с отложным воротником, поясом и разрезом сзади, напоминающий шинель. Был знаком тренчкот и В. Аксенову: *Появился и сам*

комментатор. *Тренчкот* с поднятым воротником, федора с опущенными полями (В. Аксенов, «Остров Крым», 1977–1979 г.). В Интернете первые единичные примеры употребления слова *тренчкот* на сервисе «Яндекс.Новости» относятся к 1993–1994 гг.: *Блестящие пластиковые плащи часто имеют традиционную форму тренчкота с двубортной застежкой, накладными карманами и широкими лацканами* (www.kommersant.ru, 1994 г.). Чаще *тренчкот* встречается, начиная с 2000-х гг.

В «Энциклопедии моды» Р. П. Андреевой 1997 г. впервые встречаем и новое лексическое значение слова *боди*: «современный силуэт или фасон одежды, подчеркивающий фигуру» [1, с. 108]. Позже в «Самом новейшем толковом словаре русского языка XXI века» Е. Н. Шагаловой 2011 г. снова видим, что *боди* в современном русском языке называет не только нижнее белье: «Цельнокроенное изделие (напоминающее купальник или гимнастический костюм) с застежкой снизу, верхняя часть которого выполняется в виде трикотажной кофточки, блузки, майки, футболки и т.п.» [16, с. 52]. Примеры употребления этой семемы можем найти еще в 90-е гг., но они редки. В национальном корпусе *боди* встречается, начиная с 2001 г.: *Она-то полагала, что боди и джинсы – вполне подходящее одеяние для поездки за город в прокуратуру* (Е. Козырева, «Дамская охота», 2001 г.).

Ряд заимствований начал употребляться в 2000-ых гг. и поэтому совсем недавно попал в словари. *Бомбер, джеггинсы, кейп, кюлоты, свитшот и тайтсы* находим в «Словаре новейших иностранных слов» Е. Н. Шагаловой 2017 г., *бомбер* ранее также зафиксирован в «Словаре русского арго» В. С. Елистратова 2002 г. Относительно лексемы *кюлоты* следует указать, что мы имеем в виду ее новое лексическое значение (см. выше).

О периоде вхождения в русский язык таких слов, как *бойфренд, кигуруми, кроп-топы, лонгслив, поло, твинсет, худи, чинос* судить по словарям мы не можем, так как ни один исследованный нами словарь эти слова не описывает. Поэтому мы опирались на данные НКРЯ и сервиса «Яндекс.Новости». Замечено, что регулярное употребление этих существительных наблюдается лишь в 2000-ых. Ранее единичные примеры мы нашли только для *поло, твинсет*: **ПОЛО** – спортивная рубашка, мягкая

и легкая, с мягким воротником и застежкой до середины груди, чаще с короткими рукавами («Работница», 1988 г.); Однако **твинсет** может быть и совершенно традиционной формы и в этом случае это незаменимая форма одежды для деловых женщин (www.kommersant.ru, 1994 г.).

Слова **бойфренд**, **кигуруми**, **кроп-топ**, **лонгслив**, **худи** фиксируются на протяжении последнего десятилетия: ... есть ряд абсолютно спокойных универсальных вещей: добротные рубахи под запонки (а запонки у Kilgour забавные) из тончайшего хлопка, непритязательные майки и **лонгсливы**, а также приятные и невычурные аксессуары (dni.ru, 2008 г.); Джинсы «**бойфренд**» представили еще во время весенне-летней коллекции 2009 от DKNY, а теперь они будут выпускаться как продукт совместной разработки Levis и DKNY (www.cosmo.ru, 2009 г.); На прошлой неделе начал работу интернет-магазин «**Кигуруми**» (kigurumi.ru), занимающийся продажей полноразмерных японских пижам-костюмов животных и мультяшных героев (news.ngs.ru, 2010 г.); Лаконичность геометричной одежды из летней коллекции Leonid Alexeev (шорты, **худи**, футболки, куртки, топы, **кроп-топы**) обманчива: за чистотой форм скрывается крой, формирующий тело, выстраивающий его пропорции, расставляющий правильные акценты и подчеркивающий естественные формы (www.fashiontime.ru, 2011 г.). К этой группе примыкает лексема **чинос**, которая начинает регулярно встречаться лишь после 2010 г., до этого примеры единичны. Из этого ряда только **лонгсливы**, **худи** и **чинос** получили широкое распространение в мировой моде (но, очевидно, не в российской) еще во второй половине XX века.

Сведем полученные данные в таблице 1:

Таблица 1

**Вхождение в русский язык заимствованных наименований женской одежды**

Период	Слова		
	В словарях	В НКРЯ	В Интернет-источниках
До Великой Отечественной войны	джерпер пуловер	—	—

«МОДНЫЕ» СЛОВА НЕ В МОДЕ, ИЛИ ОБ ОСВОЕНИИ ЗАИМСТВОВАНИЙ...

После Великой Отечественной войны – до конца 80-х гг.	бриджи	анорак* бермуды* блейзер	—
С конца 80-х гг. до начала 2000-ых	анорак бермуды блейзер боди** кардиган леггинсы тренчкот туника**	поло*	боди* капри* поло* твинсет* тренчкот*
С начала 2000-ых годов	бомбер джеггинсы капри кейп кюлоты** парка** свитшот тайтсы	боди поло твинсет* чинос	боди бойфренд кигуруми кроп-топ лонгслив поло твинсет тренчкот худи чинос

Как видим, большая часть исследуемых лексем рано или поздно была зафиксирована в словарях. Отметим, что слово *тренчкот* замечено нами только в специализированных изданиях (словарь моды, энциклопедия моды). Слова *боди*, *кюлоты*, *туника*, *парка* (отмечены двумя звездочками) мы вносили в таблицу не в соответствии с тем, когда они сами попали в словарь, а в соответствии с тем, когда стали фиксироваться исследуемые лексические значения. То же можно сказать о лексеме *поло*, которую мы рассматривали как наименование одежды, а не игры.

Если лексема уже достаточно давно вошла в словари и (или) ее появление в национальном корпусе, в Интернете приходится на тот же период, в других ячейках она больше не отмечалась. Если же вхождение того или иного слова в русский язык определялось на основании данных национального корпуса и поисковых сервисов, мы отражали лексемы сразу в двух колонках. Одна звездочка у некоторых слов (*анорак*, *капри*, *поло* и др.) говорит о том, что в этот период употребление их редко. Без пометок эти же слова встречаем в другом ряду.

Исходя из наблюдений, представленных в таблице, можно сделать вывод, что период активного употребления и словарной фиксации той или иной новой лексемы достаточно близки, особенно в наше время. Поэтому вскоре можем ожидать появления в словарях таких слов, как *бойфренд*, *кигуруми*, *кроп-топ*, *лонгслив*, *твинсет*, *худи*, *чинос*, если, конечно, эти вещи не выйдут из моды. С точки зрения словарной фиксации особенно интересны те лексемы, которые уже существуют в словаре, но развивают новые значения: *боди*, *кюлоты*, *парка*, *поло*, *туника*. Новые семемы попадают в словарь не так быстро, как новые лексемы. Так, *поло* как разновидность одежды употребляется уже несколько десятилетий, но это до сих пор не нашло отражения в словарях, в отличие от других, новых слов, которые не так давно пришли в русский язык и уже закреплены в словарях (*джеггинсы*, *капри*, *свитиот*).

### **Степень освоения в русском языке**

Как известно, заимствованное слово проникает в язык не в одночасье, оно долго или быстро движется по определенному пути, преодолевая некие этапы. Л. П. Крысин называет пять таких стадий укоренения заимствованной лексемы в языке:

1. Употребление иноязычного слова в тексте в качестве вкрапления, т. е. в его исконной орфографической и грамматической форме.

2. Транслитерация или транскрипция, отнесение к определенной части речи, с соответствующим морфологическим и (иногда) словообразовательным оформлением. На данном этапе слово в тексте может сопровождаться кавычками, оговорками, комментариями. Это указывает на то, что лексема воспринимается говорящими как чужая или, во всяком случае, не вполне привычная.

3. Слово начинает употребляться «на равных» с другими словами родного языка, теряет сопровождающие сигналы, но может сохранять в употреблении жанрово-стилистические, ситуативные и социальные особенности, например, характеризует речевую практику лишь некоторых социальных групп и т. д.

4. Возможный, но не обязательный этап – утрата жанрово-стилистических, ситуативных и социальных особенностей. На этом этапе также происходит стабилизация лексического значения, т. е. окончательно формируется семантика слова.

5. Регистрация слова в толковом словаре – знаменательное событие, указывающее на то, что лексема признаётся принадлежащей лексико-семантической системе данного языка [9, с. 37–44].

Многие слова из нашей картотеки достигли завершающего этапа освоения – были зарегистрированы в толковых словарях. К таковым относятся 11 лексем из 27 (40%): *анорак, бермуды, блейзер, боди, бриджи, джемпер, капри, кардиган, леггинсы, парка, пуловер*. Так как особым видом толковых словарей являются словари иностранных слов, к словам, которые признаны принадлежащими лексико-семантической системе русского языка, следует отнести также *бомбер, джеггинсы, кейп, свитшот, тайтсы*. То есть образуется группа из 16 укоренившихся в русском языке лексем, она составляет большинство анализируемой картотеки, а именно 59%.

Еще несколько слов зафиксировано не в лингвистических словарях, а в специализированных – в словарях моды: *кюлоты, тренкот, туника* (11% от исследованных единиц). В этой группе наибольшее удивление вызывает, пожалуй, *туника*, широко распространенная уже более десяти лет, но в толковых словарях новое лексическое значение до сих пор не нашло отражения. Так как эти лексемы зафиксированы не в лингвистических словарях, утверждать о достижении ими финальной стадии освоения, строго говоря, рано, но можем предполагать, что вскоре это может произойти.

Такие слова, как *бойфренды, кигуруми, кроп-топы, лонгслив, поло, твинсет, худи, чинос* (30% объема картотеки), как упоминалось выше, в словарях нами обнаружены не были. Если анализировать употребление этих лексем в последние два-три года, можем сказать, что оговорками и комментариями они сопровождаются крайне редко. Дольше других употребляется в кавычках (правда, все реже и реже) слово *бойфренд*: *Впрочем, элегантности такая обувь добавит даже потрепанным и рваным джинсам «бойфренда»* (lady.mail.ru, 2013 г.); *Для прогулки она выбрала*

довольно стильный образ: рваные джинсы «бойфренда», черную футболку и шлепанцы с мехом (www.ok-magazine.ru, 2018 г.). Таким образом, представляется, что второй этап освоения этими лексемами в целом пройден. Так как исследуемые понятия широко используются в СМИ, ориентированных на самую широкую аудиторию, кажется, что жанрово-стилистические, ситуативные и социальные особенности в их употреблении отсутствуют. Лексическое значение представляется весьма стабильным, по крайней мере, на разных специализированных сайтах, посвященных моде, трактовка той или иной разновидности одежды в целом совпадает.

В то же время считаем необходимым проверить, действительно ли носители языка так хорошо знают заимствованные наименования женской одежды, что их можно без комментариев включать в тексты, ориентированные на широкую, специально не подготовленную аудиторию, а главное, считать эти слова почти освоенными в языке. С целью такой проверки было проведено анкетирование, в котором с помощью различных вопросов мы попытались определить, насколько хорошо носители русского языка знают наименования женской одежды, причем как совсем новые, так и уже достаточно давно закрепившиеся в словарях.

Респондентам (участникам социальной сети ВКонтакте) было предложено 20 вопросов. Среди отвечающих подавляющее большинство составляли женщины (95,5 %) в возрасте от 16 до 46 лет. Опрошенные – люди различного уровня образования, разных профессий. 91,0% отвечающих не связан со сферой моды напрямую, т. е. по работе или учебе; 46,3% не следит за новинками моды и еще столько же следит за ними время от времени. Но, конечно, всех этих людей объединяет то, что они покупают и носят одежду.

Самыми простыми для отвечающих оказались те вопросы, в которых среди представленных фотографий надо было найти определенную одежду: *парку*, *боди*, *худи*. *Парку* и *боди* смогло определить подавляющее большинство респондентов: 89,6% и 91,0% соответственно. *Худи* правильно указало также большинство, но более скромное – 61,2%; здесь же самый высокий из этих вопросов процент затруднившихся ответить – 23,9%. Видимо, в этом случае дает знать о себе разница в

периоде вхождения лексемы в язык, а также тот факт, что одежду наподобие худи мы привыкли называть толстовкой с капюшоном.

Несколько более сложными оказались следующие два вопроса: «Какое из слов (твинсет, чинос, бомбер) называет разновидность брюк?»; «Скинни, слимы, бойфренды – это виды силуэта (рубашек; свитеров; брюк; джинсов)». Более половины респондентов правильно ответило на эти вопросы (55,2% для каждого), но в то же время немало отвечающих затруднилось с ответом (34,3% и 23,9% соответственно). На оба вопроса правильно ответили только 38,8% отвечающих. Вероятно, не такой высокий процент точных ответов связан с тем, что представленные в вопросах лексемы вошли в языке совсем недавно и, за исключением *бомбера*, не закреплены в словарях. Кроме того, все эти слова называют разновидность вещи, а обыватель может пользоваться групповым наименованием *брюки (штаны) и джинсы*.

Другие вопросы предполагали возможность выбора сразу нескольких вариантов ответа. Так, в трех из них респондентов просили, опираясь на картинки, ответить, в каком случае вид одежды назван неверно. В первом случае были даны слова *блейзер, туника, кардиган, пуловер*; во втором – *бриджи, капри, бермуды, леггинсы*; в третьем – *свитшот, лонгслив, твинсет, поло*. Как видим, именно в последнюю группу вошли лексемы, не зафиксированные в словарях или зафиксированные позже других. В первой же группе, наоборот, находятся слова, уже давно используемые в русском языке. Правильно на каждый вопрос ответило менее половины респондентов: 19,4%, 40,3%, 32,8% соответственно. С тремя же вопросами сразу справились менее 10% отвечающих, причем это люди, чья жизнь со сферой моды не связана напрямую. Мы видим, что вопросы с множественным выбором ответа вызвали существенные затруднения у респондентов. Значительно ниже количество людей, правильно ответивших на вопрос о *блейзере, тунике, кардигане, пуловере*, чем тех, кто не справился со вторым или третьим заданием из этой группы. Таким образом, давнее закрепление лексемы в словаре не обязательно свидетельствует о том, что носители языка хорошо знакомы с ней. Чаще респонденты не замечали, что неверно указан пуловер (вместо него на фото свитер), а вот подмену блейзера (разновидности

пиджака) джемпером отметило большинство: 62,7% всех опрошенных (или 53,7% из тех, кто не дал правильного ответа). Как видим, в деталях схожих по назначению видов одежды респонденты разбираются плохо.

Следующие два вопроса только подтвердили этот вывод. Они были ориентированы на то, чтобы узнать, видят ли разницу респонденты между схожими видами одежды: свитером, джемпером, свитшотом. При этом слово *джермпер* давно закреплено в языке, а *свитишот* – нет. Вариантов ответа также могло быть несколько. Как мы и предполагали, указать разницу между свитером и джемпером оказалось проще, чем между свитером и свитшотом: ответивших правильно на последний вопрос было в два раза меньше. Но и на первый вопрос (о разнице между свитером и джемпером) ответили правильно лишь 19,4% опрошенных. А с двумя вопросами сразу справился только один человек. Все это еще раз говорит о том, что в деталях, отличающих схожие виды одежды, носители языка разбираются слабо, т. е. усваивают лексическое значение частично.

В завершении анкетирования мы задали вопрос, встречались ли в процессе заполнения анкеты ранее неизвестные респондентам наименования, и попросили назвать таковые. Только 7,5% ответивших указали, что все слова им знакомы; более половины опрошенных (64,2%) призналось, что часто или время от времени неизвестные названия они встречали. Среди незнакомых понятий чаще всего указывали *твинсет* и *худи*, также в число неизвестных многим вошли *бермуды*, *чинос* и *блейзер*. Причем среди людей, правильно указавших на неверный рисунок блейзера, 9,3% назвали это слово как незнакомое; а с твинсетом аналогично поступили сразу 33,3% (некоторые респонденты прокомментировали, что догадывались по буквальному переводу с английского). Таким образом, не все правильные ответы получены именно потому, что носители языка знают значение слова или даже само слово. А значит, степень распространения и освоения исследуемых лексем даже ниже, чем первоначально представляется по результатам опроса.

Также в ходе анкетирования мы поинтересовались у носителей языка, как они относятся к такому обилию заимствованных наименований одежды. Лишь 4,5% респондентов их одобряют. А вот 20,9% считают, что они не нужны, так как путают

потребителей; примерно столько же полагают, что место подобных лексем среди узкоспециализированных терминов. Почти 18% опрошенных хотели бы видеть русские названия вместо заимствованных, т. е. заинтересованы в регулировке количества иноязычных наименований в сфере одежды.

### **ВЫВОДЫ**

Проведенное исследование позволяет сделать ряд выводов:

1. В наше время остается активным процесс заимствования русским языком новых наименований, в основном из английского языка. Лексическая группа *одежда* пополняется не только из-за возникновения новых видов одежды, но и за счет распространения в России вещей, уже определенное время модных в других странах. Источником заимствований также выступает в основном английский язык.

2. Новые слова, проникающие в русский язык в последние несколько десятилетий, достаточно быстро получают графический образ в русском языке, морфологическое оформление, попадают в словари. Этому способствуют многочисленные письменные фиксации, в том числе в Интернете, а также то, что новые словари выходят и обновляются сейчас довольно часто, как в печатном, так и в электронном виде. Поэтому вариативность в написании встречается редко, а лексическое значение стабильно.

3. Словарная фиксация считается завершающим этапом освоения иноязычного слова, знаменательным событием, свидетельствующим о том, что лексема, проникнувшая в русский язык, уже достаточно хорошо известна носителям языка. Однако в отношении лексической группы *одежда* мы видим, что даже слова, уже более десяти лет назад вошедшие в словари, остаются зачастую неизвестными или малознакомыми носителям русского языка, в том числе молодому поколению, которое обычно активнее других пополняет свой словарный запас новыми словами. Разбираться в том, что на тебе надето, очевидно, не так престижно, как в компьютерных и мобильных технологиях, в последних моделях айфонов и айпадов, тачскринах, мессенджерах, хештегах, лайфхаках и т. д. Джемперы, свитшоты, худи и чинос намного реже упоминаются в выпусках новостей, чем биткоины, брексит,

дискаунтеры и лоукостеры, троллинг, флешмобы и т. д. Отсюда не просто приблизительное знание значений иноязычных названий одежды, а и вовсе незнание таких слов. Это ставит под сомнение факт полноценного освоения исследуемых англицизмов в лексико-семантической системе русского языка, несмотря на словарное закрепление многих из них.

4. Отдельного внимания лексикографов заслуживает словарная фиксация новых лексических значений уже заимствованных слов. Как показало исследование, новые семемы проникают в словари значительно медленнее, чем новые слова, и это никак не связано с частотой их употребления.

5. В целом, в исследуемой лексической группе заимствования, которые называют те или иные разновидности схожей по назначению одежды (а таких большинство), достаточно мало востребованы у носителей языка. Это является благоприятным условием для проведения целенаправленной языковой политики, направленной на создание равноценной замены иноязычным словам.

#### **Список литературы**

1. Андреева Р. П. Энциклопедия моды. – СПб.: Издательство «Литера», 1997. – 416 с.
2. Большой толковый словарь русского языка / Сост. и гл. ред. С. А. Кузнецов. – СПб.: «Норинт», 1998. – 1536 с.
3. Володарская Э. Ф. Заимствование как отражение русско-английских контактов // Вопросы языкознания. – 2002. – № 4. – С. 96–118.
4. Добросклонская Т. Г. Роль СМИ в динамике языковых процессов // Вестник Московского университета. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2005. – № 3. – С. 38–53.
5. Клушина Н. И. Обогащение языка или наполнение лексикона? // Русская речь. – 2016. – № 6. – С. 65–68.
6. Козырев В. А., Черняк В. Д. Свое и чужое: заимствованное слово в современной речи // Вестник Герценовского университета. – 2007. – № 3. – С. 54–59.

7. Костомаров В. Г. Русский язык в иноязычном потоке // Русский язык за рубежом. – 1993. – № 2. – С. 58–64.
8. Кронгауз М. А. Записки рассерженного обывателя // Отечественные записки. – 2005. – № 2. – С. 8–17.
9. Крысин Л. П. Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 888 с.
10. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. – 2-е изд., доп. – М.: Рус. яз., 2000. – 856 с.
11. Михельсон А. Д. Объяснение 7000 иностранных слов, вошедших в употребление в русский язык. – М., 1861. – 400 с.
12. Новый полный словарь иностранных слов, вошедших в русский язык: с указанием происхождения их, ударений, отраслей знания и с расширенной энциклопедической частью / Составил по русским и иностранным источникам Е. Ефремов; под ред. проф. И. А. Бодуэна-де-Куртене. – Изд. 2-е. – М.: Издательство А. А. Левенсон, 1912. – 605 с.
13. О состоянии русского языка (материалы почтовой дискуссии) // Русская речь. – 1992. – № 2. – С. 48–56.
14. Пфандль Х. О силе и бессилии пуризма. Англицизмы и интернационализмы и их возможные альтернативы (на материале русского, словенского и хорватского языков) // Вопросы языкознания. – 2003. – № 6. – С.108–122.
15. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dic.academic.ru/>
16. Шагалова Е. Н. Самый новейший толковый словарь русского языка XXI века: ок. 1500 слов. – М.: АСТ: Астрель, 2011. – 413 с.
17. Шагалова Е. Н. Словарь новейших иностранных слов. – М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2017. – 576 с.

#### References

1. Andreeva R. P. *Entsiklopediya Mody* [The Encyclopedia of Vogue]. St. Petersburg: Litera Publ., 1997. 416 p.

2. Kuznetsov S. A. *Bol'shoi Tolkovyi Slovar' Russkogo Yazyka* [Big Explanatory Dictionary of Russian Language]. St. Petersburg: Norint Publ., 1998. 1536 p.
3. Volodarskaya E. F. *Zaimstvovanie kak Otrazhenie Russko-angliiskikh Kontaktov* [Borrowing as Reflection of Russian-English Contacts]. *Voprosy Yazykoznaniiya*, 2002, no 4, pp. 96–118.
4. Dobroslonskaya T. G. *Rol' SMI v Dinamike Yazykovykh Protsessov* [The Role of Media in the Dynamics of Language Processes]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Ser. 19. Lingvistika i Mezhdul'turnaya Kommunikatsiya*, 2005, no 3, pp. 38–53.
5. Klushina N. I. *Obogashchenie Yazyka ili Napolnenie Leksikona?* [The Enrichment of the Language or the Content of the Lexicon?]. *Russkaya Rech'*, 2016, no 6, pp. 65–68.
6. Kozyrev V. A., Chernyak V. D. *Svoe i Chuzhoe: Zaimstvovannoe Slovo v Sovremennoi Rechi* [Domestic and Foreign: Borrowed Word in Modern Speech]. *Vestnik Gertsenovskogo Universiteta*, 2007, no 3, pp. 54–59.
7. Kostomarov V. G. *Russkii Yazyk v Inoyazychnom Potope* [Russian Language in a Foreign Language Flood]. *Russkii Yazyk za Rubezhom*, 1993, no 2, pp. 58–64.
8. Krongauz M. A. *Zapiski Rasserzhenного Obyvatelya* [Angry Everyman's Notes]. *Otechestvennye Zapiski*, 2005, no 2, pp. 8–17.
9. Krysin L. P. *Russkoe Slovo, Svoe i Chuzhoe: Issledovaniya po Sovremennomu Russkomu Yazyku i Sotsiolingvistike* [The Russian Word, Domestic and Foreign: Studies in the Modern Russian Language and Sociolinguistics]. Moscow: Yazyki Slavyanskoi Kul'tury Publ., 2004. 888 p.
10. Krysin L. P. *Tolkovyi Slovar' Inoyazychnykh Slovo* [Explanatory Dictionary of Loan Words]. Moscow: Russkii Yazyk Publ., 2000. 856 p.
11. Mikhel'son A. D. *Ob'yasnenie 7000 Inostrannykh Slovo, Voshedshikh v Upotreblenie v Russkii Yazyk* [Explanation of 7000 Foreign Words Used in the Russian Language]. Moscow, 1861. 400 p.
12. Efremov E. *Novyi Polnyi Slovar' Inostrannykh Slovo, Voshedshikh v Russkii Yazyk* [New Full Dictionary of Loan Words Included in the Russian Language]. Moscow: A. A. Levenson Publ., 1912. 605 p.

13. *Sostoyanii Russkogo Yazyka (Materialy Pochtovoi Diskussii)* [On the state of the Russian Language (Materials of the Postal Discussion)]. *Russkaya Rech'*, 1992, no 2, pp. 48–56.
14. Pfandl' Kh. *O Sile i Bessilii Purizma. Anglitsizmy i Internatsionalizmy i Ikh Vozmozhnye Al'ternativy (na Materiale Russkogo, Slovenskogo i Khorvatskogo Yazykov)* [The Power and Impotence of Purism. Anglicisms and Internationalisms and Their Possible Alternatives (on the Material of Russian, Slovenian and Croatian Languages)]. *Voprosy Yazykoznaniiya*, 2003, no 6, pp.108–122.
15. *Slovary i Entsiklopedii na Akademike* [Dictionaries and Encyclopedias on the Academician]. Available at: <https://dic.academic.ru/>
16. Shagalova E. N. *Samyi Noveishii Tolkovyi Slovar' Russkogo Yazyka XXI Veka* [The Newest Explanatory Dictionary of the Russian Language of the XXI Century]. Moscow: AST: Astrel' Publ., 2011, 413 p.
17. Shagalova E. N. *Slovar' Noveishikh Inostrannykh Slov* [The Newest Dictionary of Loan Words]. Moscow: AST-PRESS KNIGA Publ., 2017. 576 p.

**“FASHION” WORD IS NOT IN VOGUE, OR ABOUT THE ADOPTION OF  
LOAN WORD OF LEXICAL GROUP “CLOTHES”**

*Chabanenko T. S.*

The article examines a vital problem of modern linguistics – active penetration and assimilation of loan words, mostly Anglicisms, in Russian language. On the example of the lexical group ‘clothes’ it is shown how and when new words appear in Russian. It is proved that nowadays loan words get to the explanatory dictionaries faster. Numerous written fixations and fast advancement of dictionaries contribute to it. It is pointed out that fixation in the dictionary of new lexemes and new sememes of existing words occur with different speed. The article focuses on adoption of the loan words by native speakers. Data from various sources were compared, and a survey was conducted to obtain reliable information. The results of the study allow to conclude that nowadays fixation or not fixation of a new lexeme in the dictionary not always indicates its real adoption by Russian speakers. The current level of adoption of borrowed clothing items can be considered a favorable condition for the selection of Russian analogues of foreign word.

**Keywords:** loan word, Anglicism, lexeme, clothes, native speaker.