

ФИЛОЛОГИЯ*(специальность: 10.02.19)*

УДК 81

И.А. Кузьмина, Э.О. Цыбенко*Донской государственный технический университет**г. Ростов-на-Дону, Россия**irinagomulko@yandex.ru***К ВОПРОСУ****О ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЯХ
НОМИНАЦИЙ ГОЛОВНЫХ УБОРОВ*****[Irina A. Kuzminova, Elzara O. Tsybenko******On the question of functional and semantic features
of headwear nominations]***

It is natural for the modern linguistic paradigm to organically merge various research methods on the basis of such relevant principles of analysis for modern philology as anthropocentrism, such central concepts as the linguistic personality, the linguistic and national picture of the world. The article presents a conceptual drawing of the category "headdress", which has a complex semantic structure and includes both linguistic and extralinguistic characteristics (size, style, shape, color, material, functional purpose, fashion trends, method of manufacture, method of wearing, etc.). Non-linguistic categories, such as "status", "prestige", "fashion", take an active part in the formation of the studied lexical and semantic space. A certain relevance of this article was determined by the study of language in the context of linguoculturology, which naturally raises the study of language and discourse to a completely new level. It is obvious that the appeal to cognitivism seems natural and significant for the development of new concepts.

Key words: headdress, nomination, concept, extralinguistic, functional-semantic, linguoculturology.

В процессе формирования изучаемого лексико-семантического пространства важную роль играют экстралингвистические факторы, которые существенным образом влияют на появление новых номинаций для обозначения различных видов головных уборов. Лексико-семантическая типология номинаций головных уборов, предложенная в нашей работе, учитывает наиболее характерные экстралингвистические параметры: гендер, климатические условия, принцип универсальности, модные тенденции, возрастные предпочтения социума, функциональное назначение и др.

Так, названия головных уборов согласно сезонной оппозиции можно представить следующими подгруппами:

1. летние головные уборы (*соломенные шляпы, сомбреро, легкие платки и косынки, летние кепки, бейсболки, панамы и т.д.*);
2. зимние головные уборы (*вязанные шерстяные шапочки, меховые шапки, ушанки, шали, теплые платки и т.д.*);
3. демисезонные головные уборы (*мужские шляпа, женские шляпы, фуражки, фетровые кепки, кожаные косынки и т.д.*);
4. универсальные / внесезонные головные уборы (*берет, чепец, бандана, капюшон, пилотка и др.*).

Необходимо отметить, что сезонная оппозиция головных уборов не представляет собой однозначную типологию, так как напрямую пересекается с оппозицией по гендеру и универсальности, и, следовательно, лишь дополняет лексико-семантическую характеристику изучаемых номинаций. Кроме того, другой немаловажной особенностью данной оппозиции является тот факт, что один и тот же головной убор может быть представителем любого подкласса, например, *косынка, шапка, шляпа, капюшон* и др.

Выше представленный пласт лексики характеризуется следующими семантическими идентификаторами:

- фасон (*чепец, капор, панاما, севиля, берсалино, шляпа с широкими / узкими полями, шляпа а-ля Шанель, фуражка, шапка-ушанка, фуражка и т.д.*);
- размер (*косынка, шаль, полушалок, кипа, спортивная шапочка, лыжная шапочка, тюбетейка, ермолка и т.д.*);
- форма (*цилиндр, колпак, котелок, шляпа-шар, шляпа-таблетка, шляпа-колокол, шляпа-колесо, треуголка / треух, шлем, пилотка и т.д.*);
- материал (*фетровая / соломенная / замшевая / кожаная / бархатная велюровая шляпа; норковая / кроличья / лисья / соболиная / ондатровая / вязаная шапка; пуховый / шерстяной / шелковый / полотняный платок и т.д.*);
- способ изготовления (*валяный, вязаный, тканый, фабричный, «хенд-мейд»* т.д.);
- способ ношения (*накидка, фата, повязка, шаль, венок, вуаль, головной платок, носовой платок, шейный платок и т.д.*);
- цвет, рисунок, орнамент (все существующие в мире природы и моды);

- место производства (*павло-посадский платок, оренбургская шаль, турецкий тюрбан, арабская арафатка, индийский тюрбан* и т.д.).

Отметим, что указанные идентификаторы способны не только обнаружить в семантической структуре определенной лексической единицы несколько характерных признаков объекта номинации, но и выполнить классифицирующую функцию. Группирование головных уборов в зависимости от представленных семантических маркеров наблюдается при условии выделения одного из них в качестве стержневого показателя (например, размер). Однако необходимо подчеркнуть, что при этом и другие дополнительные показатели включены в семантическую структуру языкового знака.

Климатические условия оказываются дифференцирующими внелингвистическими факторами, которые определяют процесс языковой репрезентации. Тем не менее, определение Ожегова, «демисезонный» – «о верхней одежде, тканях: предназначенный для носки весной или осенью» [4, с. 155] противоречит пониманию времен года на разных территориях Российской Федерации. Так, в центральной части и на юге России совершенно уместны *шляпы* из легкой ткани, которые ассоциируются с осенним или весенним временем года, в то время как на Крайнем Севере и в Сибири ношение данных головных уборов весной или осенью считается невозможным из-за низких температур.

Понятийное содержание названий летних головных уборов (*панамы, платки, шляпы, косынки, бейсболки, кепки*) включает в себе с учетом функционального назначения общую сему, присущую всем номинациям летних головных уборов – защита от солнца, что напрямую связано с использованием материала, хорошо пропускающего воздух. Хотя данные лексемы обладают функциональной схожестью, в них присутствуют и отличительные значимые признаки в соответствии с вышеуказанными маркерами (фасон, цвет, форма, размер, наличие аксессуаров и др.), что, в свою очередь, приводит к появлению новых видовых наименований, усовершенствующих разновидности летних головных уборов.

Учитывая вкусовые предпочтения носителей лингвокультуры, в тезаурусе русского языка функционируют, например, наименования: *фетровая шляпа, меховая шляпа, кожаная шляпа, трикотажная шляпа, соломенная шляпа, бархатная, велюровая* и т.д. Семантической составляющей для всех наименований, бесспорно, является *шляпа*, а вторичным компонентом оказывается материал, из которого эти предметы производятся. Этот релевантный компонент действи-

тельно является важным, так как ведет к выявлению парадигматических связей, в частности на уровне установления гиперо-гипонимических отношений, где используется принцип параметрирования изучаемых лексем по материалу.

Исходя из семантики родо-видовых номинаций, необходимо подчеркнуть, что слова с основной семой «шляпа» могут содержать не только видовые корреляты-уточнители (прилагательные) по классической номинативно значимой модели (*тирольская / калабрийская / лоцманская / охотничья / форейторская / ковбойская шляпа* и др.), но и функционировать в языке как отдельные однословные номинации, различные по каким-либо показателям (*камилавка, боливар, шапокляк, цилиндр, шапокляк, котелок, канотье, кивер, жирарди, сомбреро, матлот, панама, флэппер, клоше, ток, бретон, болеро, зюйдвестка, томи* и др.). Очевидно, что для полисемичных лексем (*котелок, цилиндр*) обязателен контекст. Кроме того, отметим, что некоторые номинации употребляются только в составе приложений к исходному понятию: *шляпа-таблетка, шляпа-шар, шляпа-шлем, шляпа-колокол, шляпа-колесо, шляпа-тюрбан, шляпа-форейтор, шляпа-«а-ля Рубенс», шляпа-«а-ля Рембрандт», шляпа-«а-ля Шанель»* и др., что порождает определенные ассоциации у представителей культурного сообщества.

Существенным в лингвистическом фактором для классификации головных уборов является наличие различных стилей в мире моды. Общеизвестно, что каждое десятилетие XX-XXI веков характеризуется определенными направлениями стиля в одежде (макростили, микростили), постоянно сменяющими друг друга. Исходя из этого, можно прийти к выводу о том, что лексика, обозначающая разновидности стилей и отражающая модные тенденции, демонстрирует все те изменения, которые относятся к деятельности человека.

Согласно стилевой классификации, номинации головных уборов могут быть представлены в виде тех же тематических групп, что и лексика одежды в целом:

1. спортивные головные уборы;
2. классические головные уборы;
3. фольклорные (национальные, народные) головные уборы;
4. романтические головные уборы;
5. модные головные уборы;
6. авангардные головные уборы.

Такие лексемы, как *шляпа, цилиндр, котелок*, обычно соотносят с наименованиями головных уборов классического стиля, завершающих образ интеллигентных людей, отдающих предпочтение строгости и элегантности.

Спортивные номинации головных уборов широко представлены в виде следующего таксона лексики: *кепка, бейсболка, канотье, наушники, каска для скейтбордистов, хоккейная каска, шлем для боксеров / для велосипедистов / для мотоциклистов / для парашютистов / для фехтовальщиков, лыжная шапочка, резиновая шапочка (для пловцов), жокейская шапочка* и т.п.

Кроме того, некоторые головные уборы спортивного стиля также могут соотноситься с названиями форменных головных уборов по причине того, что являются обязательными атрибутами униформы в определенных видах спорта. Отметим, что лишь отдельные номинации представляют собой первичные наименования (*наушники, кепка, бейсболка*), основная же часть лексем появилась на основе существующих реалий. Так, при помощи постоянного мотивировочного признака номинации *военный шлем / каска* – защита от удара – образовалось вторичное наименование *спортивный шлем / каска*. Известно, что *мотоциклетный шлем* – это средство защиты головы не только от воды, пыли и ветра, но и от энергии возможного удара при езде на мотоцикле. Исключая защитные функции, шлем способен создать определенный имидж в комплекте с одеждой и модными аксессуарами. Маленький размер, как первичный мотивирующий признак *шапочки* для детей, лег в основу образования вторичных номинаций: *резиновая шапочка, лыжная шапочка*.

Представим наименования головных уборов романтического стиля: *берет, шляпа с широкими полями, соломенная шляпка, клоше, шляпа с вуалью, флэппе, болеро, ток, бретон* и т.д. В качестве романтических аксессуаров используют украшения из перьев – *плюмаж*, пушистые страусовые перья на женских шляпках – *плерезы, эгрет* – «торчащее вверх перо или пучок перьев, украшающее спереди женский головной убор или прическу» [2, с. 901], *блонды* – кружева ручной работы из неокрашенных золотистого цвета шелковых нитей (от французского «*blondes*» – русые, белокурые, золотистые, рыжеватые) [3, с. 137], *мантоньерки* – шелковые тесемки, расположенные под подбородком.

Модные головные уборы содержат в своей семантике прагматическо-аксиологический компонент, поскольку являются чисто субъективными, так как зависят от вкусовых предпочтений носителей языковой культуры. Так, напри-

мер, в настоящее время особенно популярны у европейской молодежи *русские шапки-ушанки*. Следует отметить, что на территории Российской Федерации иностранные «*русские шапки-ушанки*» вряд ли можно носить в зимний сезон, поскольку шьют их из шелка, вискозы и даже полиэтилена. Мода XXI века настойчиво заявляет о возврате к корням и ретро-идеям. Современные реалии постоянно диктуют нам новые правила жизни, видимо, поэтому в 2020-2021 годах многие модницы в качестве дополнительной защиты от инфекций и как элемент красоты используют шелковые платки, косынки и вуали.

Именно головные уборы позволяют настоящим мастерам «самовыражаться», творить, фантазировать и т.д. Так, в таксоне наименований головных уборов авангардного стиля появляются такие коннотативно окрашенные номинации, как: *шляпа-шар, шляпа-пирожок, шляпа-колесо, шляпа-таблетка, шляпа-ведро, шляпа-колокол, шляпа «оверсайз»* и т.д.

В противопоставлении «модные / авангардные головные уборы» допускаются дополнительные семантические признаки, как «модные головные уборы в данном сезоне» (при этом сам объект номинации может быть и устаревшим). Отметим, что семы «эпатажные», «нетрадиционные», «вычурные» соотносятся, прежде всего, с «авангардным» направлением в искусстве, в котором могут использоваться отдельные модные детали. Например, всемирно известный английский дизайнер Стивен Джонс предлагает дамам носить «*головные уборы в виде огромных лебедей, шляпы с яичницей, пупсами и ногами барби, щупальцем осьминога*» и т.д., а Пирс Аткинсон – создатель собственной марки головных уборов – демонстрирует на своих моделях *шляпки и ободки с вишнями, кусочками фруктов или насекомыми*. Одни люди воспринимают такие головные уборы как произведения искусства, другие – как парадоксальные артефакты, но всем очевидно, что данные предметы не функциональны.

Языковое представление понятия «головной убор» демонстрирует наличие в собственно информирующих множествах номинаций большого влияния прагматического фактора на деятельность языковой личности. Свойственная языку кумулятивная функция дает возможность накапливать и отражать прагматическую информацию в каждом слове языка. Отметим, что наименованиям головных уборов свойственно большинство оценочных категорий по шкале «мелиоративность / пейоративность»: «хороший / плохой»,

«удобный / неудобный», «традиционный / необычный», «красивый / некрасивый», «дорогой / дешевый», «качественный / некачественный», «новый (модный) / устаревший» и многие другие.

Например, номинации головных уборов для людей среднего или старшего возраста, кроме возрастного показателя, включают значимые семантические множители: удобство, качество, консерватизм, элегантность и т.д. Известно, что молодежные головные уборы отличаются лишь дизайном и способом ношения, когда люди старшего возраста опираются, прежде всего, при выборе головного убора на его функциональность, качество и стоимость. Так, в обществе существует негативное отношение к непокрытой голове людей пожилого возраста, вероятно, по причине того, что для коллективного номинанта старый человек ассоциируется с образом человека в шляпе.

Полагаем, что во многих названиях головных уборов присутствует семантический маркер, согласно которому носители русского языка могут распределять их по принципу: «красивый / некрасивый» (головной убор), что, в свою очередь, связано с субъективизмом. Так, например, все существующие наименования *шляп* возможно представить в прагматической оппозиции с учетом вкусовых предпочтений номинанта. Кроме того, эти номинации также вступают в отношения, исходя из объективной оценки материала данных изделий, как: «дорогой / дешевый», «качественный / некачественный» и т.д. Очевидно, что только специалист может со всей ответственностью охарактеризовать рассматриваемый предмет по критерию «очень хороший», «качественный».

Отметим, что показатель стоимости головных уборов является также прагматически важным, так как существует мнение о прямой зависимости качества предмета от его цены. Такая внутренняя семантическая зависимость данных характерологических компонентов в содержании любой номинации головных уборов оправдана и логична для изделий из кожи и меха, потому что именно такие головные уборы имеют высокий срок службы.

Таким образом, можно прийти к выводу о том, что при лексико-семантической характеристики головных уборов существенное значение имеют такие социальные категории, как «мода», «престижность», «статус». Со слов Апресяна [1, с. 2-3], престиж представляет собой свойство, которым наделяется объект на основании иерархии ценностей, сложившейся в данный момент в обществе и меняющейся со временем.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. *Апресян Ю.Д.* Новый объяснительный словарь синонимов русского языка. М, 2000.
2. *Крысин Л.П.* Толковый словарь иноязычных слов. М., 2007.
3. *Новейший словарь иностранных слов и выражений.* М, 2002.
4. *Ожегов С.И.* Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений. М., 1980.

R E F E R E N C E S

1. *Apresyana Yu. D.* New explanatory dictionary of synonyms of the Russian language. M, 2000.
2. *Krysin L.P.* Explanatory dictionary of foreign words. M., 2007.
3. *The newest dictionary of foreign words and expressions.* M, 2002.
4. *Ozhegov S.U.* Dictionary of Russian language. M., 1984.

16 февраля 2021 г.
